

Ønsket om å styre eget liv og arbeid

En kvalitativ studie

av

kvinnelig entreprenørskap i Oslo

Halfrid Mytting Hagemoen

Hovedoppgave i samfunnsgeografi

Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

Universitetet i Oslo 2005



Forord

Jeg vil gjerne takke alle forskere, studenter og venner som har bidratt med gode råd under arbeidet med hovedoppgaven.

Jeg vil rette en stor takk til Bitten Schei. Gjennom hennes arbeid med kvinnelig entreprenørskap har jeg deltatt på mange interessante arrangement. Hun har beriket mitt feltarbeid. Det har vært inspirerende og betydd mye for gjennomføringen av min studie.

Jeg vil også takke informantene og andre som har satt av tid for å besvare mine spørsmål. En spesiell takk til Ragnhild Steen Jensen ved Institutt for Samfunnsforskning. Hennes gode råd og innspill har betydd svært mye for meg.

Bjørnar Sæther fortjener en ekstra stor takk. Han har vært en forståelsesfull veileder som har vært til stor hjelp og støtte før og under arbeidet med hovedoppgaven. Jeg takker for mange fine år ved Institutt for Sosiologi og Samfunnsgeografi. En spesiell takk til medstudentene i mine kollokviegrupper.

Camilla S. Thorkildsen og Ann Cecilie Bergene og Anders Underthun, deres vennskap og støtte under hovedfagsarbeidet er jeg svært takknemmelig for.

Til slutt vil jeg takke Stine Jarmund og min familie for god hjelp. Dere har vist stor forståelse for mitt arbeide med oppgaven, og gitt meg god støtte gjennom hele studietiden.

Oslo 22.november 2005

Halfrid Mytting Hagemoen

Innholdsfortegnelse

<u>1. Innledning</u>	9
<u>1.1 Bakgrunn for problemstilling</u>	10
<u>1.2 Studiens formål</u>	12
<u>1.3 Problemstilling</u>	12
<u>1.4 Oppbygging og avgrensning</u>	13
<u>1.4.1 Hovedoppgavens struktur</u>	14
<u>2. Data og metode</u>	17
<u>2.1 Valg av metode</u>	17
<u>2.2.1 Kvalitativt casestudie</u>	18
<u>2.2.2 Utfordringer ved kvalitative studier</u>	18
<u>2.3 Gangen i feltarbeidet</u>	19
<u>2.3.1 Datakilder</u>	19
<u>2.3.2 Sekundærdata</u>	20
<u>2.4 Det Kvalitative forskningsintervju</u>	21
<u>2.4.1 Praktisk gjennomføring av intervjuene</u>	21
<u>2.4.2 Arbeidet med de innsamlede dataene</u>	22
<u>2.5 Hvordan behandle empiriske data i kvalitativ forskning</u>	22
<u>2.5.1 Bekreftbarhet</u>	23
<u>2.5.2 Troverdighet</u>	23
<u>2.5.3 Overførbarhet</u>	24
<u>3. Kjønn og entreprenørskap</u>	25
<u>3.1 Hvorfor studere kjønn og entreprenørskap?</u>	26
<u>3.1.1 Studiens forståelse av kjønn</u>	26
<u>3.2 Hva er entreprenørskap?</u>	27
<u>3.2.1 Nyere forskning på entreprenørskap</u>	29
<u>3.2.2 Kjennetegn ved kvinnelig entreprenørskap</u>	30
<u>3.2.3 Motiv hos entreprenøren</u>	31
<u>3.3 Innovasjon og entreprenørskap</u>	33
<u>3.3.1 Innovasjon</u>	33
<u>3.3.2 Innovasjonsmodeller</u>	34
<u>3.3.3 Innovasjonssystem</u>	34
<u>3.3.5 Det regionale innovasjonssystemet</u>	36
<u>3.4 Nettverksteori</u>	37
<u>3.4.1 Svake og sterke nettverk</u>	39
<u>3.5 Entreprenørskapets klima</u>	40
<u>3.5.1 Samfunnsmessige og individuelle faktorer</u>	43
<u>3.5.2 Livsløp og utdanning</u>	44
<u>3.5.3 Sivilstatus</u>	45
<u>3.5.4 Sted</u>	45
<u>3.6 Hvordan bruke teorien videre</u>	47
<u>4. Kvinnelig entreprenørskap i Oslo</u>	49
<u>4.1 Hva viser statistikken?</u>	49
<u>4.1.1 Hvor etablerer kvinnene seg?</u>	49
<u>4.2 Er det entreprenørielle fortrinn i Oslo?</u>	50
<u>4.2.1 Kvinnene i denne regionen</u>	52

4.3 Presentasjon av studiens informanter og resultater.....	53
4.3.1 Dette er mine informanter	53
4.4 Hvem er de?	54
4.4.1 Alder ved etablering	55
4.4.2 Sivilstatus og familiesituasjon	55
4.4.3 Barn	57
4.4.4 Utdanning	58
4.5 Hva gjør de?	61
4.5.1 Type foretak	61
4.5.2 Ansatte	63
4.5.3 Produkter og tjenester	64
4.6. Hva karakteriserer informantene?	66
5. Hva sier kvinnene?	67
5.1 Hvorfor ble de entreprenører	67
5.2 Individuelle tiltrekningsfaktorer	67
5.2.1 Kompetanse og forretningsideen	67
5.2.2 Familie	69
5.2.3 Økonomi	69
5.2.4 Personlig utvikling og selvrealisering	70
5.2.5 Motiver knyttet til sted	71
5.3 Individuelle utstøtningfaktorer	73
5.3.1 Glasstaket og tidligere arbeidsplass	73
5.4 Hvordan forløp etableringsprosessen?	74
5.4.1 Livsløp og familiesituasjon	74
5.4.2 Finansiering	75
5.4.3 Venturemiljøene	78
5.4.4 Nettverk	79
5.4.5 Rollemodeller og motivasjon fra andre	82
5.4.6 Det offentliges rolle i etableringsprosessen	84
5.5 Etableringsfasens utfordringer	86
5.5.1 Manglende forståelse av kjønn og entreprenørskap i virkemiddelapparatet	87
5.5.2 Holdninger og kjønn i seg selv	90
5.5.3 Sosiale trykdeordninger og økonomisk støtte	92
5.5.4 Kommentar til barrierer	94
5.6 Møtet mellom empiri og teori	96
5.6.1 Hvilke elementer av teorien har vist seg mest fruktbar?	96
5.7 Nytt av kjønn i entreprenørskapsforskning	99
5.7.1 Kan kjønn - og entreprenørskapsteori forenes?	100
6. Konklusjon	103
6.1 Hvilke faktorer påvirker kvinners etablering av næringsvirksomhet?	103
6.2 Hvordan kan disse faktorene forklare fenomenet kvinnelig entreprenørskap?	105
6.3 Hvordan kan andelen kvinnelige entreprenører øke?	106
6.4 Forslag til videre forskning	108
6.5 Noen policy anbefalinger	109

Figurer og tabeller

Figur. 3.1. Modell av aktører og interaksjon i et regionalt innovasjonssystem	s.37
Figur.3.2. Modifisert modell for analyse av entreprenørskap	s.40
Figur. 4.1. Type og antall etableringer i Oslo	s.51
Figur. 5.1. Kvinner og bedriftsverden	s.91
Figur.6.1 Veien til entreprenørskapet	s.105
Tabell. 4.1. Enkeltpersonforetak etter næring og kjønn på innehaver. 1. januar 2004 og 2005	s.50
Tabell. 4.2: Likestillingsindeks rangert etter utvalgte fylker	s.53
Tabell. 4.3 Viser en samlet oversikt over hvem informantene er	s.54
Tabell.4.4. Aldersfordeling for menn og kvinner blant entreprenører i Norge per 01.01 2005	s.55
Tabell.4.5. Innehavere i enkeltpersonforetak, etter kjønn og utdanningsnivå	s.58
Tabell. 4.6 Oversikt over informantenes virksomheter	s.61
Tabell.4.7. Personlig eide foretak i Norge etter kjønn og bakgrunn per 1. kvartal 2005	s.62
Tabell. 4.8. Rolleinnehavere i personlig eide foretak, etter kjønn og tall på ansatte. 1. januar 2005	s.63
Tabell. 4.9. Informantenes forretningsideer	s.65
Tabell. 4.10 Bedriftenes innovasjon og motiv bak innovasjonen (hovedkategorier)	s.66
Tabell. 5.1 Oversikt over informantenes finansiering	s.75
Tabell. 5.2. Dagens trygdesystem for arbeidstakere og selvstendig næringsdrivende	s.93

1. Innledning

Norge ligger i dag godt under OECD-gjennomsnittet for nyetablering blant kvinner.

I følge tall fra Global Entrepreneurship Monitor 2003¹ (GEM), befinner Norge seg nede på en 16. plass². Bare hver fjerde nyetablering i Norge etableres av kvinner.

Entreprenørskap er ansett som en viktig faktor for økonomisk vekst (Schumpeter 1934/1983). Dette er en oppfatning³ som er institusjonalisert blant forskere, politikere og styrende myndigheter⁴ (Ljunggren 2002). Samfunnet er avhengig av at private krefter medvirker til økt sysselsetting, og på denne måten å forene økonomisk og sosial vekst (Reve og Jakobsen 2001).

Det er et nasjonalt behov for å få flere i Norge til å etablere egen virksomhet, samt et lokalt behov for innovasjon og entreprenørskap (NHD 2004). Fordi tilgang på arbeidskraft og kompetanse anses som de viktigste konkurransefaktorene framover, må innovasjonsevnen og etableringslysten i Norge stimuleres. Dette gjelder for begge kjønn, og spesielt kvinner (Likestillingssenteret 2004⁵). Entreprenørskapets rolle som en viktig faktor i velferdsutviklingen, er blitt en etablert sannhet. Det argumenteres også med at entreprenørskap fører til økt konkurranse og skaper ytterligere muligheter for økonomisk vekst (Maskell og Malmberg 1998). Kunnskap som kan bidra til dette, kunnskap om entreprenørskap, er etterspurt (OECD 2004).

Det har lenge vært kjent at entreprenørskap er mer utbredt blant menn enn blant kvinner. GEM undersøkelsen (2003) viser at det er stor forskjell mellom kjønnene og landene i mellom. Det er i hovedsak i land der entreprenørskap i stor grad skyldes ren nødvendighet⁶ at det er noenlunde jevn fordeling mellom kjønnene⁷. Entreprenørskap blant kvinner i Norge har i alle år vært lavere enn gjennomsnittet i land vi kan sammenlikne oss med. Behovet for kvinnerettede tiltak synes å være spesielt stort i de nordiske landene (Alsos og Kolvereid 2003).

¹ Norge har deltatt i fire år på rad. GEM undersøker variasjoner mellom nivået på entreprenørskap og faktorer som påvirker entreprenørskapsnivået. I 2003 var det 28 deltakerland i undersøkelsen.

² Høyest andel kvinner har Italia med 50 %, Kina med 48 %, Chile og Sør-Afrika med 47 %. Lavest er Slovenia og Finland med 21 %, Irland med 23 %, Danmark og Sverige med 25 %, Norge og Belgia med 26 %. Kilde: GEM 2003

³ Nyskapning i næringslivet er avhengig av en tilstrekkelig tilgang av mennesker med forretningsideer og kompetanse, og med tilstrekkelig pågangsmot og handleevne til å sette dette ut i livet.

⁴ EU, 1995, OECD, 1998/2004, Ljunggren 2002.

⁵ www.likestilling.no

⁶ Årsaken til at en person er involvert i et etableringsforsøk kan være et ønske om å utnytte en forretningsmulighet eller at det ikke foreligger noen bedre jobbalternativer. Det første kaller vi entreprenørskap som skyldes muligheter og det andre; entreprenørskap som skyldes nødvendighet. Eksempler på entreprenørskap av nødvendighet er arbeidsledighet, fattigdom, umulig å få arbeid enten pga diskriminering, dårlig økonomi eller at det ikke er arbeid å oppdrive.

⁷ Alt i alt 28 land der alle nordiske land, USA, og de fleste av EU landene er med.

En EU rapport⁸ om kvinnelig entreprenørskap (2002) har fastslått at kvinner som forsøker å etablere eget foretak møter flere hindre enn menn. Sosiale holdninger og trykdeverket er eksempler på slike hindre. I tillegg har det vært oversett at kvinner som vil sette sitt preg på næringslivet ved å etablere egen virksomhet, kan trenge andre virkemidler enn de som er tilgjengelig i dag. Tiltak for å øke kvinnenenes motivasjon og nyskapslyst må etableres. Det er en målsetning at kvinner skal ha samme muligheter som menn, også i næringslivet. Da må det kartlegges hvor de største skjevhetene er og sette inn nødvendige tiltak.

Til tross for at det er stor interesse for innovasjon og nyskaping generelt, er det forsket lite med fokus på kvinnelig entreprenørvirksomhet. Første skritt i riktig retning vil være integrering av kjønnsperspektiv i forskningen, samt å sette seg inn i kvinners etableringsprosess. Gjennom forskning kan det genereres kunnskap som kan bidra til å øke antallet kvinnelige entreprenører.

På bakgrunn av overstående vil jeg i min studie integrere perspektiver fra kjønnsforskning og se hvorvidt entreprenørskapsteori lar seg forene med kjønnsteori. Gjennom denne studien søker jeg å generere ny kunnskap om kvinnelig entreprenørskap. Min studie legger vekt på situasjonen for kvinner i Oslo.

1.1 Bakgrunn for problemstilling

Temaet er valgt på bakgrunn av de skjevheter som eksisterer mellom kvinner og menn i norsk næringsliv⁹. Bare rundt 26 % av de som etablerer egen bedrift i Norge i dag er kvinner. Det er viktig å spørre seg hvorfor dette skjer i vårt moderne samfunn. Studien søker derfor å finne svar på hvorfor det er så få kvinnelige entreprenører i Norge.

1970-tallet var tiåret da kvinnene inntok arbeidsmarkedet. Kvinners økte deltakelse i arbeidslivet har vært et viktig skritt for likestillingen mellom kvinner og menn. Kvinners økonomiske uavhengighet har vært avgjørende for at kvinner er blitt mer likeverdige med menn. Til tross for at det er like mange kvinner som menn som er sysselsatt i Norge, har kvinner og menn svært ulik tilknytting til arbeidsmarkedet. Det

⁸ EU- Rapport. 2002. Female entrepreneurship in the European Unions.

⁹ Andel av nettoinntekt for kvinner var kr 143.000 (38 %), og for menn kr 234 000 (62 %). Per 1. januar 2005 var det 25,5 % kvinnelige entreprenører blant personlig eide foretak. Til tross for at kvinner nå utgjør 47 % av de sysselsatte, er de fortsatt i et klart mindretall i lederyrkene. Bare 9 % av styremedlemmene i allmennaksjeselskapene (ASA) er kvinner, og enda færre er styreledere. Færre enn hver tiende styrerepresentant er en kvinne. Under 3 % av styrelederne er kvinner.

gjelder blant annet hvilke yrker de velger, hvilken posisjon de har på arbeidsplassen, og frihet til å velge arbeidstid.

Kvinner og menn har tradisjonelt valgt forskjellige fag og studieretninger, og er derfor representert i forskjellige næringer. Menn arbeider i større grad enn kvinner i privat sektor, og er oftere å finne i lederposisjoner. Kvinner er i større grad enn menn deltidsarbeidende (frivillig eller ufrivillig), og er oftere å finne i offentlig sektor og i lavtlønnsyrker (Ljunggren 2002). Et eksempel på dette er omsorgssektoren.

Likestillingssenteret i Oslo påpeker at store deler av arbeidslivet fremdeles er organisert etter et tradisjonelt kjønnsrollemønster¹⁰. I de fleste familier er det fremdeles far som er hovedforsørger og mor er omsorgspersonen. Hun tar ut mest av foreldrepermisjonen etter en fødsel, og oftest tar seg av syke barn. Dette legger føringer på kvinners valg som i mange tilfeller blir en deltidsjobb. Med ansvar for egne barn er det vanskelig for kvinner å etablere egen virksomhet. En annen årsak er mangelfulle sosiale trygdeordninger¹¹.

Jeg vil i studien undersøke nærmere hvilke muligheter som er til stede for kvinnelige entreprenører i Oslo. Innenfor samfunnsforskning er det en tendens til at sosiale prosesser ses løsrevet fra sted, og ikke er satt i en kontekst (Massey 1995). Jensen (2004) legger vekt på at sosiale prosesser må forstås i sin lokale kontekst. Jeg vil undersøke hvorvidt ulike kontekster legger ulike føringer på entreprenørskap, og hvilke entreprenørielle miljøer som finnes i Oslo.

Innenfor geografifaget har den romlige dimensjon og studier av sted naturlig nok stått sentralt. Kjønnsperspektiver har det i liten grad vært fokusert på. Heller ikke i den økonomiske geografien har dette fått mye oppmerksomhet. Kjønn har ikke vært ansett som betydningsfullt for forståelsen av de økonomiske systemene og endringsprosessene (Jensen 2004). Den tradisjonelle geografien kan kritiseres for ikke å fokusere på betydningen av kjønn i regionale analyser (Forsberg, 1996 i Jensen 2004). Kjønn blir sjelden tematisert og behandlet i teoretiske tilnærminger, eller i empiriske studier av regional utvikling (Jensen 2004).

¹⁰ www.likestilling.no

¹¹ Lønnstagere får 100 % av lønnen mens selvstendig næringsdrivende får utbetalt kun 65 % av inntekten i fødselspenger der utbetalingene starter først 17 dager etter at man går ut i permisjon. Lønnstagere får lønn når barn blir syke. Selvstendig næringsdrivende har ingen arbeidsgiver og får ikke lønn når de må være hjemme med syke barn (Bedriftsforbundet, 2004, SSB, 2005).

1.2 Studiens formål

Formålet med studien er å synliggjøre kvinnelige entreprenører i Oslo, og gi en økt forståelse for hvilken betydning kjønn har for entreprenørskap. Videre er målsetningen med studien å vise entreprenørskapets kompleksitet ved å vektlegge sted og kjønn.

Det er behov for mer *kunnskap* om entreprenørskap og kjønn i Norge, og særlig i hovedstadsregionen. Det er gjort noen studier på dette feltet, men behovet for videre forskning er sterkt til stede¹². Faglig sett er studien relevant da tidligere forskning er begrenset når det gjelder betydningen av kvinner og kjønn når det gjelder innovasjon, nyskaping og entreprenørskap innen økonomisk geografi.

1.3 Problemstilling

Studien vil diskutere hvorfor kvinner blir entreprenører og hva som ligger bak dette valget. Jeg ønsker å sette fokus på hva som motiverer kvinner til å etablere egen virksomhet, og se på hvilke muligheter og barrierer som kvinnene møter underveis i prosessen. Det vil bli lagt vekt på individuelle ”utstøtning” og ”tiltreknings” faktorer, samt sosioøkonomiske faktorer som er til stede i og før entreprenørskapet.

Følgende problemstillinger blir berørt:

1. Hvilke faktorer påvirker kvinners etablering av næringsvirksomhet

Studien søker her å beskrive hvilke faktorer som ligger til grunn for entreprenørskap. Problemstillingen etterspør en generell beskrivelse basert på teori og eksisterende litteratur om entreprenørskap. Denne hovedproblemstillingen deler jeg i to for å illustrere de motiver og barrierer som legger føringer på kvinnelig entreprenørskap.

2. Hvordan kan disse faktorene forklare fenomenet kvinnelig entreprenørskap?

Her søker jeg å identifisere egenskaper som kan forklare hvordan forskjellige faktorer utløser en aktiv handling i form av entreprenørskap. Jeg vil forklare hvordan de generelle faktorer som er beskrevet i den første problemstillingen har betydning for min case.

¹² I Norge er Spilling, Drake, Solberg, Alsos, Kolvereid, Berg, Foss og Ljunggren de mest sentrale innen entreprenørskapsforskning og forskning på entreprenørskap og kjønn. I Storbritannia og USA startet studier på dette feltet allerede på 1970-tallet.

3. Hvordan kan andelen kvinnelige entreprenører øke?

Denne skiller seg fra de to første problemstillingene. Her vil jeg diskutere hvilke virkemidler som er av betydning for kvinnelig entreprenørskap. Studien vil forsøke å diskutere hvordan myndigheter og ulike institusjoner kan bidra til at flere kvinner får bedre forutsetninger og betingelser for å realisere sine forretningsideer.

Jeg vil forsøke å identifisere hvilke utfordringer støtteapparatet og virkemiddelapparatet¹³ står overfor, og hvordan de kan kommunisere bedre med målgruppen.

For å besvare denne problemstillingen vil jeg bruke den kunnskapen jeg erverver meg gjennom studien til å komme med noen anbefalinger i kapitel seks, konklusjonen.

Studien hadde opprinnelig ikke til hensikt å fokusere så sterkt på likestillingsspørsmål. Utgangspunktet for studien var å se på kvinnelig entreprenørskap i et økonomisk perspektiv. Underveis i feltarbeidet fremsto det imidlertid klart for meg at kvinnelig entreprenørskap ikke kan diskuteres uten å belyse forskjeller mellom kvinner og menn, i samfunnet generelt og i næringslivet spesielt. I tillegg til studiens problemstillinger, er det et mål å se hvilke teorier som bør benyttes for å gi forskeren bedre forutsetninger for å få kunnskap og forståelse om kvinnelig entreprenørskap.

Innen nyere forskning på kvinnelig entreprenørskap, fremmes en påstand om at teorier og perspektiver innen tradisjonell entreprenørskapsforskning ikke er tilstrekkelig, og at det må tilføres flere perspektiver for å forstå kvinnelig entreprenørskap. Berg og Foss (2002) anbefaler at kjønn, sted og livsløp må tas med i forskerens verktøykasse.

1.4 Oppbygging og avgrensning

Studien er basert på innsamlede data fra Oslo. Tidsmessig har jeg avgrenset meg til å følge den offentlige og politiske debatten rundt kvinnelig entreprenørskap fra høsten 2002 til november 2005.

Den geografiske avgrensningen er valgt for lettere å komme i kontakt med informantene. I dette er det ingen avgrensninger når det gjelder alder, sivilstatus, utdanning eller næring. Det er heller ikke hensiktsmessig å foreta noen avgrensninger ved disse faktorene i studien da jeg søker å generere mest mulig kunnskap om kvinnelig entreprenørskap i denne regionen der jeg ønsket et variert utvalg av bransjer og kvinner.

¹³ "Den korrekte forståelsen av begrepet virkemiddelapparatet er den beskrivelse av ulike næringsrettede tiltak som er tilgjengelig". Virkemiddelapparatet referes også til som de instanser som har ansvar for å implementere virkemidlene. Samtale med Mette Jarmund i Nærings- og handelsdepartementet.

Betingelsen jeg satte for valg av bedrift var at den skulle være etablert av en kvinne som er aktivt med i styre og drift av foretaket, og at foretaket er mer enn ett år gammelt. Følgende definisjon ble benyttet:

”En kvinnelig entreprenør er en kvinne som har initiert egen bedrift, er aktivt involvert i å styre den, eier minst 40 % av firmaet og har vært aktiv et år eller mer” (Moore & Buttner 1997).

Dette kriteriet lå til grunn for kvinnene jeg intervjuet i studien.

1.4.1 Studiens struktur:

I kapittel to presenteres de metodiske valg jeg har foretatt, hvordan jeg har gjennomført intervjuene, og en beskrivelse av hvilke kriterier som er vektlagt i intervjustudien.

Kapittel tre omhandler studiens teoretiske del. Her presenteres entreprenørskapsteori som det sentrale teoretiske rammeverket, supplert med flere perspektiver og teorier, for å forklare og belyse entreprenørskapets kompleksitet. Til slutt i dette kapittelet diskuterer jeg hvorfor det er viktig å studere kjønn og entreprenørskap.

Det fjerde kapittelet inneholder en beskrivelse av informantene og deres bedrifter. Funnene er tematisk delt inn i to der jeg først presenterer: 1.) hvem de er og 2.) hva de gjør. Jeg har valgt to bedrifter som jeg vil beskrives nærmere for å gi et bedre bilde av de kvinnelige entreprenørene i denne studien. Den første bedriften er interessant fordi entreprenøren har etablert bedriften rett etter fullført utdanning. Entreprenøren har humanistisk og samfunnsvitenskaplig bakgrunn, en studieretning som har liten entreprenøriell tradisjon. Den andre bedriften er et eksempel på et produkt som faller utenom innovasjonsforståelsen i Norge i dag. Bedriften representerer et eksempel på et produkt som er feminint og er derfor vanskelig å få finansiert. Det vil først i kapitlet være en generell beskrivelse av kvinnelig entreprenører med bakgrunn i tidligere forskning, og gjennom statistikk og fakta. Jeg vil også diskutere hvorvidt det er et konkurransefortrinn å bo i Osloregionen når egen virksomhet skal etableres. Avslutningsvis viser jeg til de typiske trekk jeg har funnet ved informantene før jeg videre i kapittel fem analyserer informantenes entreprenørskap

I kapittel fem diskuterer og analyserer jeg entreprenørenes motiver, og de faktorene som har hatt størst innvirkning på etableringsprosessen. Dette er en sammenfattende analyse hvor jeg også diskuterer normer, tradisjoner og verdier som påvirker kvinnenens valg og muligheter.

Her etablerer jeg sammenhengen mellom teori og empiri ved å diskutere funnene sett i relasjon til de perspektivene som har dannet utgangspunktet for denne studien. Avslutningsvis presenterer jeg mitt syn til påstanden om at kjønn bør integreres i entreprenørskapsforskningen.

I kapittel seks presenterer jeg studiens hovedfunn og konklusjon. Her vil jeg også som tidligere nevnt fremme noen anbefalinger for videre satsning og videre forskning på feltet. Anbefalningene er særlig rettet mot institusjoner, aktører og støtteapparat som er relevant for videre satsing på kvinnelig entreprenørskap i regionen, og nasjonalt.

2. Data og metode

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for valg og gjennomføring av metode i studien. Videre vil valg og rekruttering av informanter omhandles. Intervjusituasjonen vil bli gjort rede for, for å forklare på hvilken måte dette har kunnet påvirket datainnsamlingen. Generelle kvalitetskriterier og betingelser for å gjennomføre et kvalitativt forskningsintervju vil også diskuteres.

2.1 Valg av metode

Valg av metode bestemmes ut fra hva vi ønsker å studere og hvordan vi ønsker å gå frem. Den metodiske tilnærming jeg har valgt har vært et resultat av de problemstillinger jeg søker svar på (Kvale 1997). Derfor har jeg valgt å gjennomføre en kvalitativ casestudie.

En kvalitativ casestudie er særlig anvendelig når målet er å undersøke fenomener som det er lite kjennskap til, og som det er forsket lite på (Johannesen og Tufte 2002). Denne studien har som formål å utvide forståelsen for emnet jeg har valgt, både i casestudien og som grunnlag for analytisk generalisering (Ragin 1994). Slutninger fra en casestudie er nyttige for å utvikle begreper, teoretiske antagelser og problemstillinger. Denne prosessen er en analytisk generalisering (Yin 2003). Ut fra ønsket om å undersøke hvilke årsaker som ligger bak kvinners valg og hvilke muligheter og utfordringer kvinnelig entreprenørskap står overfor i dag, ble kvalitative intervjuer ansett som mest hensiktsmessig.

Casestudier gjennomføres ofte ved hjelp av kvalitative tilnærminger som observasjon eller åpne intervjuer. Men det kan også anvendes kvantitative data og teknikker som eksisterende statistikk og strukturerte spørreskjema (Yin 2003). I mitt tilfelle benytter jeg meg av både kvalitative og kvantitative data.

Hensikten med den kvalitative studien er å få frem *fyldige* beskrivelser. En kvalitativ tilnærming innebærer en åpen og søkende arbeidsform der spørsmål og tema utgjør utgangspunkt, snarere enn hypoteser som skal prøves (Johansson 1993). Bruk av kvalitativ metode har gitt meg mulighet til å se hvordan entreprenørene oppfatter seg selv og andre, og den verden de lever og handler i (Vollmer 1992). For å forstå hva mennesker gjør og hvorfor, har jeg hatt behov for kunnskap om den konteksten de lever og arbeider i. Dette innebærer en tolkning av mening og kontekst (Geertz 1994).

Jeg har benyttet meg av en deltagende observasjon, og intervjuene og datainnsamlingen har vært basert på en fleksibel design. En fleksibel forskningsdesign innebærer at problemstillinger og analyse hele tiden endres dersom dette gir forskeren mer innsikt og forståelse omkring det som studeres (Thagaard 1998).

2.2.1 Kvalitativt casestudie

Yin (2003) mener bruk av casestudie er særlig relevant når forskningsspørsmål som *hvordan* og *hvilke* stilles. Yin definerer casestudien som en empirisk undersøkelse der det forskes på eksisterende fenomener i en gitt kontekst. Det er vanligvis to analysestrategier for casestudier. Den første er analyser basert på teoretiske antagelser (teoristyrte) og den andre er beskrivende casestudie. Jeg har valgt å arbeide ut fra en teoristyrte casestudie.

Denne studien er basert på teoretiske antagelser, det vil si de antagelser jeg har gjort meg om emnet før den kvalitative datainnsamlingen startet. Disse antagelsene ble styrende for det videre arbeidet. Den eksplorerende kvaliteten i casestudier kan bidra til å gripe mangfoldet av hendelser og meninger som ligger til grunn for et sosialt fenomen (Yin 2003). Casestudier kan bidra til å peke på mekanismer og prosesser som genererer utfall i enkelte case, og til å utvikle teorier om sammenhenger som kan prøves i andre case.

2.2.2 Utfordringer ved kvalitative studier

Denne studien preges av en normativ og engasjert forskningsmetode. Mitt engasjement for temaet har satt preg på mitt forhold til stoffet og informantene. Limb og Dwyer (2001) mener at personlig engasjement er et godt utgangspunkt for forskning. Men det er viktig å være seg bevisst slik at egne meninger ikke legger for sterke føringer på forskningsprosessen. Det har vært lett å dreie arbeidet mot et politisk likestillingsstudie. Jeg har derfor måttet være bevisst hvilken rolle jeg har som forsker, og ikke la meg påvirke av informantene i for sterk grad. Samtidig tror jeg at mitt engasjement har vært positivt siden jeg har søkt etter flere svar og forklaringer enn hva jeg opprinnelig hadde satt meg som mål.

Å gå i dybden og gi en helhetlig beskrivelse av en case, har vært fremhevet som en styrke ved casestudier. Likevel må forskeren foreta valg (Alvesson & Skoldberg 1994). Det er umulig å studere alt og trekke inn alt som kan tenkes å ha betydning for det vi studerer (Jensen 2004). Dette har vært en utfordring for meg da jeg har sett så mange interessante forklaringsfaktorer og hendelser som jeg har ønsket å trekke inn i studien.

2.3 Gangen i feltarbeidet

Tidlig i prosessen, etter jeg hadde bestemt meg for tema, oppsøkte jeg ulike aktører innen entreprenørskapsarbeidet i Norge. Slik dannet jeg meg et godt bilde av situasjonen og la grunnlag for et endelig valg av case. Jeg hadde møter med for eksempel Innovasjon Norge,¹⁴ Oslo Teknopol¹⁵ og Forskningsparken på Blindern.

Opprinnelig skulle jeg i studien se på hvordan offentlige virkemidler stimulerer til kvinnelig entreprenørskap. Da det viste seg at det var få slike midler i regionen, var det andre forklaringsfaktorer jeg måtte se nærmere på for å finne en forklaring på den lave andelen kvinnelige entreprenører. Slik sett har denne studien fått flere og mer spennende problemstillinger å forske på, og feltarbeidet har gått dypere inn i forklaringsfaktorene bak kvinnelig entreprenørskap. Hammersley et al. (2000) legger vekt på at det er viktig at jeg, som forsker, er åpen for at det kan dukke opp nye elementer underveis i forskningen som kan endre fokus for problemstillingen. I perioden jeg skulle legge grunnlaget for den endelige problemstillingen, var nettopp dette tilfelle. Jeg tror det har ført til en mye mer interessant og nyttig forskning på området.

2.3.1 Datakilder

En casestudie baserer seg ofte på flere former for datakilder (Yin 2003). Det viktigste formålet med bruk av flere kilder, er at flere ulike kilder kan brukes til å underbygge samme poeng (Underthun 2004). Yin mener dette kan være med på å øke studiens gyldighet gjennom at påstander begrunnes fra ulike perspektiver. Slik kan man også få fanget opp bredden av konteksten casen er en del av.

Informantintervjuer er den viktigste *primærkilden* i denne studien. Å få frem kunnskap om hva de ulike informantene opplever som sentrale faktorer for deres entreprenørskap, og hvilke barrierer og hindre de opplever som sentrale for dette, har vært viktig for å kunne svare på problemstillingen.

Kriteriet for mine informanter var som nevnt tidligere at kvinnen måtte være aktivt med i styre og drift av foretaket som hun selv hadde etablert, og at foretaket var mer enn ett år gammelt. Da jeg ønsker mest mulig kunnskap har jeg valgt mine informanter på bakgrunn av deres kunnskap på feltet. Jeg søkte informanter som var bevisst entreprenørrollen, og som hadde gjort seg opp tanker omkring kvinnelig entreprenørskap i Oslo. Ved å velge slike informanter fikk jeg ikke bare god og bred

¹⁴ I Norge er tiltak for å øke deltagelsen av kvinner i næringslivet kanalisert gjennom Innovasjon Norge (Tidligere Statens nærings- og distriktsutviklingsfond, SND).

¹⁵ Møte med Knut Halvorsen 05.04.2004

kunnskap om deres eget entreprenørskap, men også en større forståelse for kvinnelig entreprenørskap og deres muligheter og begrensninger i næringslivet.

Hovedsakelig ble data samlet inn ved seksten dybdeintervjuer, tretten samtaler og en utsendelse av et elektronisk spørreskjema. Alt i alt ble det sendt ut tretti spørreskjemaer. Denne utsendelsen hadde som formål å synliggjøre en bredde blant entreprenørene. Dette er ikke en kvalitativ metodeform, men jeg benyttet meg av skjemaet for å fange opp nye informanter og for å få kunnskap om flere av de kvinnelige entreprenørene i regionen.

Blant de tjue kvinnene som svarte på skjemaet, foretok jeg syv dybdeintervjuer. Jeg har også hatt samtaler med tretten ansatte i ulike institusjoner og etater som jobber med entreprenørskap og nyskaping¹⁶. Her fikk jeg gode råd om andre interessante informanter. Disse kontaktet jeg via telefon eller e-post. Jeg ble tidlig klar over nettverket Mother Courage sin sentrale rolle i arbeidet for økt andel kvinnelig entreprenørskap. Gjennom dette nettverket kom jeg i kontakt med over halvparten av mine informanter. Antallet intervjuer ble valgt ut fra et mål om å oppnå mest mulig variasjon og innsyn. Etter femten intervjuer følte jeg at jeg hadde oppnådd den ønskede ”meningsmetningen” med mine intervjuer, ved at jeg fant visse mønstre som framkom etter et visst antall intervju.

Deltakelse på entreprenørarrangement har vært en annen viktig del av feltarbeidet. Jeg har deltatt på Entreprenørdag i forskningsparken, Venture Cup og START Norges prisutdeling, rundbordskonferanse på Stortinget, Stortingsseminar om innovasjon og entreprenørskap, Kvinnekonferanse på Sjølyst og en rekke mindre møter i ulike nettverk.

2.3.2 Sekundærdata

I tillegg til primærkildene har jeg studert sekundærkilder i form av rapporter, foredrag, høringer, proposisjoner og utredninger fra entreprenører og myndighetene. Nettsidene til informanter og de som jobber med og for nyskaping og entreprenørskap, har vært flittig tatt i bruk. Jeg har vært på e-post listene til to nettverk og slik holdt meg informert om hva som har skjedd.

Av kvantitative data har jeg benyttet meg av statistikkbanker i SSB, NHO, Brønnøysundregisteret, Bizkits næringslivssider, Bedin og Likestillingscenterets likestillingsbarometer. Jeg har dessverre ikke fått alle tall jeg har ønsket for å kunne vise til

¹⁶ Jeg har også foretatt intervju ved ett av de sentrale ventureselskapene på Forskningsparken i Oslo.

eventuelle for kvinnelig entreprenørskap. Mye kan forklares med at statistikk om kvinnelig entreprenørskap og eierskap er et relativt nystartet prosjekt hos de fleste databaser. SSB publiserte for første gang i desember 2004 statistikk på eierskap og roller i næringslivet som tar utgangspunkt i kjønn. De kunne derfor ikke hjelpe meg med alle tallene jeg ønsket. Likevel har jeg på bakgrunn av den informasjonen som er tilgjengelig fått god innsikt i kvinnelig entreprenørskap.

2.4 Det Kvalitative forskningsintervju

Informasjonen jeg har ervervet meg har fremkommet gjennom dialog. En intervjustudie er spesielt egnet til å gi informasjon om personers opplevelser og selvforståelse der det kvalitative forskningsintervjuet forsøker å forstå verden fra intervjupersonens side (Thagaard 1998). Det er viktig å få frem betydningen av folks erfaringer og å avdekke deres opplevelser forut for vitenskapelige erfaringer. Det er den menneskelige interaksjonen i intervjuet som produserer vitenskapelig kunnskap og som gir en språklig gjengivelse av informantenes livshistorie (Kvale 1997).

2.4.1 Praktisk gjennomføring av intervjuene

Arbeidet med intervjuene startet med utforming av intervjuguiden. Jeg så først på den litteraturen som var tilgjengelig og studier som allerede var gjennomført. Jeg prøvde ut intervjuguiden på studenter og en av mine informanter for å se om det var mangler i guiden eller spørsmål som kunne misforstås eller være misledende. På denne måten ble intervjuguiden justert til en relevant og forståelig form. Slik garderte jeg meg mot at spørsmålene ikke ble for teoretiske, og at den ville tåle møte med virkeligheten.

Jeg har i studien valgt å benytte en delvis strukturert intervjuform. Det vil si at jeg har hatt en overordnet intervjuguide som utgangspunkt for intervjuene, mens spørsmål, temaer og rekkefølgen kunne variere. Dette har gitt meg mulighet til å endre på rekkefølgen på spørsmålene avhengig av informantene, men likevel stilt de samme spørsmålene til alle informantene.

Intervjusituasjonen kan påvirke hvilke svar intervjueren får. Stedene for mine intervjuer har variert og er ofte blitt foreslått av informantene selv. Kafeer, arbeidskontor, konferanserom og ulike kantiner har blitt benyttet. Det var kun jeg som foretok intervjuene. 1-1.5 time var satt av per intervju, men alle varte lenger enn avtalt tid. Dette bekreftet entreprenørenes interesse for emnet. Informantene ble gitt rom til å fortelle sine historier uten særlig avbrytelser. Informantene ble gjort oppmerksom på at intervjuene

var anonyme slik at de kunne snakke fritt og beskrive de ulike sidene ved deres entreprenørskap. Dette gjaldt personlige opplevelser og erfaringer knyttet til familie, slekt, tiltaksapparatet og lokale forhold.

Formålet med intervjuguiden var å få dekket de samme temaene i hvert intervju, og samtidig å ha muligheten til å stille oppfølgingsspørsmål der dette var nødvendig. En delvis strukturert intervjuform ga meg mulighet til å utdype spørsmålet der informantene ga uttrykk for ikke å ha forstått spørsmålet. På denne måten har jeg vært sikret for å få svar på det studien søker å få kartlagt. Denne metodeformen gir med andre ord innsikt i hvordan respondentene oppfatter spørsmålene. For å sikre at jeg har oppfattet alt som ble sagt under intervjuene har jeg brukt båndopptaker (minidisk).

2.4.2 Arbeidet med de innsamlede dataene

Analysen startet rett etter intervjuene var gjennomført. Jeg leste gjennom intervjuene i sin helhet for å få en god oversikt over materialet, og skrev notater om alt som fremkom interessant i informantenes utsagn. Nøkkelord ble notert og temaene som dukket opp ble skrevet ned og kategorisert etter emner.

Jeg gikk ved flere anledninger tilbake til transkripsjonen for å sjekke om nye momenter dukket opp og om de utvalgte utsagnene var adekvate. Siktemålet med denne analyseformen er å forstå hva personen sier, og tolkning inngår i denne prosessen (Kvale 1997). Alle intervjuene ble lest mange ganger, der hensikten var å oppnå ny innsikt i datamaterialets ulike betydninger.

Det ferdige forskningsresultatet er i stor grad avhengig av både informantenes og min forståelse av hva som er blitt sagt og ment (Thagaard 1998). Jeg har hele tiden søkt å være bevisst de tolkningene som har foregått under intervjuene og etterpå.

Etter intervjuene laget jeg kategorier slik at jeg kunne plassere svarene der det var hensiktsmessig. Etter dette ble det lettere å se at mange av faktorene som ble nevnt passet inn i samme kategori og ofte samme underkategori.

2.5 Hvordan behandle empiriske data i kvalitativ forskning

Det er forskerens etiske ansvar å rapportere kunnskap som er så sikker og verifisert som mulig (Kvale 1997). I samfunnsforskning generelt benyttes begrepene troverdighet, overførbarhet og bekreftbarhet for å diskutere kvaliteten på de innsamlede dataene i et forskningsprosjekt. Forskeren må stille seg selv ulike spørsmål og se på sitt eget arbeid med kritiske øyne.

Jeg må spørre meg selv: Hvor pålitelige er resultatene, og har jeg undersøkt det intervjustudien var ment å undersøke? Hvordan ble påliteligheten, transkriberingen og analyseringen av intervjuene kontrollert? Hvilke kontrollspørsmål ble stilt for å hindre partiske og selektive tolkninger? Og hvilke argumenter ble presentert for funnenes gyldighet (Johannesen og Tufte 2002).

2.5.1 Bekreftbarhet

Bekreftbarhet handler om i hvilken grad metoden undersøker det den er tiltenkt å undersøke (Vollmer 1992) og om jeg som forsker undersøker det jeg sier jeg skal undersøke. Bekreftbarheten i denne studien er sikret gjennom å presentere og gjøre eksplisitt fremgangsmåten i datainnsamlingen og tilnærmingen i analysen. Valg av case, metoder, informanter, teoretiske begreper og problemstillinger er presentert slik at leseren skal ha mulighet til å vurdere spørsmålet om bekreftbarhet.

Den kvantitative betegnelsen validitet kan sammenliknes med kriteriet bekreftbarhet i kvalitative studier. Graden av bekreftbarhet i en kvalitativ studie vil avhenge av graden av egen kritisk holdning til tolkning av datamaterialet og om tolkningen støttes av forskning (Thagaard 1998). Bekreftbarhet gjelder både i forhold til valg av teori, design, gjennomføring av intervjuer, transkribering og analyse (Kvale 1997). Det er ikke alltid det kommer klart frem i et intervju hva intervjupersonen faktisk mener. Språklige uttrykk kan ha forskjellige betydninger, og det er ikke gitt at forskeren tolker de i tråd med intervjupersonens intensjon. Det kan derfor være en fordel at intervjueren stiller klare oppfølgingsspørsmål for å unngå eventuelle misforståelser (Kvale 1997).

Holter (1996) hevder at den mest direkte bekreftbarhetsprøven kommer når intervjueteksten forelegges informanten til godkjenning. Jeg har vært i kontakt med de fleste informantene flere ganger. Da har jeg gjentatt en del spørsmål for å få klarhet i mine oppfatninger og avklare eventuelle misforståelser. På denne måten fikk jeg bekreftet min forståelse og tolkning av deres opplevelser og historier.

2.5.2 Troverdighet

Troverdighet stiller spørsmål om forskningen er utført på en tillitvekkende måte. Det vil si om det er samsvar mellom innsamlet empiri og de tolkningene som foreligger (Foss 2002). En vurdering av troverdigheten i et forskningsprosjekt innebærer at forskeren er reflektert over og gjør rede for forskningssituasjonen og relasjonen til informanten (Thagaard 1998).

2.5.3 Overførbarhet

En studie kan ha en overføringsverdi dersom den inneholder en tykk beskrivelse¹⁷ av innhold og fremgangsmåte (Geertz 1973). Dette har jeg gjort ved å gjøre rede for intervju- og analyseprosessen. Dersom opplysninger i ulike case peker i samme retning, øker sannsynligheten for overførbarhet til andre kontekster. Men kun som rettleidende, ikke som lover (Andersen 1997).

En studiets overførbarhet dreier seg om hvorvidt en lykkes i å etablere beskrivelser, fortolkninger og begreper som er nyttige i andre sammenhenger (Johannessen & Tufte 2002). Overførbarhet er knyttet til resultatenes og innsiktens kobling til videre teoretiske spørsmål og sammenhenger (Geertz 1973).

Teorikapitlet som følger er et resultat av en prosess der møte med empirien har lagt føringer for mine teoretiske valg. Dette innebærer at mange av de opprinnelige perspektivene jeg hadde forut for studien er blitt supplert. Felles for perspektivene er at de er valgt for å belyse og forklare kvinnelig entreprenørskap på best mulig måte.

¹⁷ Rike, tykke beskrivelser gjør det mulig for leseren å ta beslutninger når det gjelder transferability (overførbarhet)

3. Kjønnnet entreprenørskap

I dette kapitlet presenterer jeg de teoretiske perspektiver studien legger til grunn for den videre analysen. Valg og forståelse av begreper er fundamentalt, fordi begrepene henger nøye sammen med hvilke teorier og metoder som skal anvendes, og i siste instans hva som skal belyses (Berg og Foss 2002). Dette er særlig viktig for et felt som entreprenørskap. Ved å inkludere ulike teorier og perspektiver vil jeg få større mulighet til å fange opp fenomenets kompleksitet og omfang (Ljunggren 2002). Når ønsket er mest mulig kunnskap om kvinners entreprenørskap¹⁸, kan bruk av ulike teoretiske perspektiv være veien å gå.

Entreprenørskapsteori er i denne studien valgt som det teoretiske rammeverket der teorier om innovasjon og nettverk er inkludert for å vise omfanget av entreprenørskapsprosessen. Underveis i forskningsprosessen ble det klart at disse teoriene¹⁹ måtte suppleres av flere perspektiver. Det var derfor hensiktsmessig å ta i bruk teorier om kjønn og sted²⁰.

På bakgrunn av tidligere forskning (Sundin & Holmquist 2002) på kvinnelig entreprenørskap tar denne studien utgangspunkt i et *relasjonsfokusert perspektiv*. Det relasjonsfokuserte perspektivet er inspirert av økonomisk sosiologi hvor sosiologiske og sosialøkonomiske teorier er ført sammen for å få en annen forståelse av økonomiske sammenhenger (Ljunggren 2002). I dette perspektivet betraktes økonomisk adferd som en form for sosial adferd. Denne alternative tilnærmingen er kritisk til tradisjonell entreprenørskapsteori, og åpner slikt for å se om Schumpeters²¹ teori alene er tilstrekkelig for å forske på kvinnelig entreprenørskap.

Det relasjonsfokuserte perspektivet viser at entreprenørskapet influerer (og influeres av) mer enn den økonomiske siden av menneskenes liv. Dette perspektivet tar også hensyn til at entreprenørskapet kan være kjønn²² (Ljunggren 2002). Dette perspektivet er slik sett godt egnet til min studie da jeg ønsker å fange opp helheten av de faktorer som er av betydning for informantenes etablering.

Ved bruk av slike tilnærminger kan jeg vise til hvorfor kjønn og entreprenørskap bør integreres i forskning. Hvorvidt det er mulig å forene entreprenørskapsteori og kjønnsteori vil diskuteres gjennom studien.

¹⁸ I dette ligger en forståelse av entreprenørskap som både etableringsprosessen forut for etableringen og etter at virksomheten er etablert.

¹⁹ Entreprenørskapsteori, innovasjonsteori-, og nettverksteori.

²⁰ I litteratur som foreligger om norske kvinnelige entreprenører argumenteres det for at begrepene kjønn, sted og livsløp bør være sentrale verktøy i entreprenørskapsforskernes verktøykasse (Berg og Foss 2002).

²¹ Joseph Schumpeter er den fremste teoretiker innen forskning på entreprenørskap

3.1 Hvorfor studere kjønn og entreprenørskap?

Hva kan så kjønn tilby entreprenørskapsforskningen? Jeg vil i dette teorikapitlet gjøre rede for hvorfor det er relevant å integrere kjønnsperspektiver i entreprenørskapsforskning.

Når det gjelder kjønnsforskning i de økonomiske fag så har økonomisk forskning stort sett usynliggjort aktørens kjønn (Milkman & Townsley, 1994), og feministisk teori har vært lite brukt i økonomisk forskning (Ljunggren 2002). Resultatet av dette er at betydningen av kjønn i økonomien har vært underkjent og at kvinners bidrag til økonomien har blitt oversett.

Et første steg for å integrere kvinners perspektiv og situasjon i økonomisk forskning startet da feministiske geografer og kvinne- og kjønnsforskningen synliggjorde kvinnenens plass og tilpasninger på arbeidsmarkedet. Disse har senere utfordret forståelsen av det mannlige arbeidet og den mannlige forsørgeren som det normale og naturlige (Jensen 2004).

3.1.1 Studiens forståelse av kjønn

Kjønnsroller er et viktig tema i likestillingsarbeid. Kjønnsroller er med på å definere hvem jenter/kvinner og gutter/menn er som enkeltindivider. Men hva er egentlig en kjønnsrolle?

Ulike studieretninger skiller mellom biologisk og sosialt kjønn. Biologisk kjønn viser til de konkrete fysiske forskjellene mellom kvinner og menn, mens kjønnsroller viser til et sosialt kjønn. Det vil si at kjønnsroller er noe som konstrueres sosialt og kan defineres som summen av de forventningene samfunnet har til jenter/kvinner og gutter/menn. Dette viser at også kjønnsrollene er med å legge premisser for hvilke forventninger menn og kvinner har til seg selv og til hverandre.

I den mer tradisjonelle kjønnsnøytrale forskningen er det vanlig å forholde seg til kjønn som en variabel. Dette perspektivet viser til de kvantitative forskjellene mellom kvinnelige og mannlige entreprenører og setter ofte fokus på kvinner og deres annerledeshet. Her blir kvinner gransket, drøftet og sammenlignet med menn der menn er normalen. I tilnærmingen kjønn som variabel er entreprenørskapet en del av en sosial sammenheng, mens kjønn er noe som finnes på individnivå (Berg 1994).

Den definisjonen av kjønn som jeg legger til grunn for den videre analysen *er kjønn som sosial konstruksjon*. Her tolkes kjønn som konstruert gjennom samhandling og

²² I dette ligger også en oppfatning at økonomi, som kjønn, produserer ulikhet mellom mennesker.

noe som kontinuerlig endres. Jeg ønsker å få frem hvordan entreprenører erfarer sosiale konstruksjoner av maskulinitet og femininitet og hvordan de opplever kjønn i forhold til start og drift av sin egen virksomhet. Kjønn bør betraktes relasjonelt og sees i en sosial sammenheng, som sosialt konstruert.

Kjønn som sosial konstruksjon fokuserer på relasjoner skapt i sosiale sammenhenger og innebærer at kvinner, så vel som menn, ikke ses som enhetlige grupper. Poenget er at det vi legger i begrepet kvinnelig og mannlig er avhengig av tid og sted, og at det forandres over tid og fra sted til sted (Ljunggren 2002).

Denne studien søker forståelse om *hvorfor* ting blir som de blir. Av den grunn er en forståelse av kjønn innen det relasjonelle perspektivet godt egnet. Både det individfokuserte og det relasjonsfokuserte perspektivet er nødvendig i kjønn og entreprenørskapsforskningen og spesielt for å beskrive kvinnelig entreprenørskap. (Ljunggren 2002).

3.2 Hva er entreprenørskap?

Som nevnt innledningsvis er entreprenørskap et komplekst tema med forskjellige forståelser og definisjoner. Jeg har i denne studien valgt å bygge på Vatne (1997) sin forståelse av en entreprenør²³.

En entreprenør forbindes gjerne med en person som etablerer et kommersielt foretakende på egne premisser, underlagt personlig finansiell risiko, og basert på egen arbeidsinnsats. (Vatne 1997:77).

Vatne sier ikke noe om foretaket er eller skal være innovativt. Da jeg forstår innovasjon som en sentral del av entreprenørskap, har jeg valgt å lage en definisjon som ligger til grunn når jeg diskuterer entreprenørskap videre:

En entreprenør er en person som etablerer et kommersielt foretakende på egne premisser, underlagt personlig finansiell risiko og basert på egen arbeidsinnsats. Denne entreprenøren utvikler nye ideer ved å kombinere gamle eller nye ressurser på en ny måte - og skaper virksomhet ut av dette.

Entreprenørskapet er prosessen som gjennomføres fra noe oppstår som en prosjektidé, og frem til denne ideen er realisert i en forretningsmessig virksomhet, det vil si innarbeidet i et marked (Vatne 1997).

²³ Begrepet nyskaper, gründer, etablerer og iverksetter brukes også om personer som utøver entreprenørskap.

Den mest sentrale teoretiker innen entreprenørskap er Joseph A. Schumpeter. Han satte entreprenøren inn i en større økonomisk helhet og forklarte entreprenørens rolle i samfunnsøkonomien²⁴. Schumpeters (1934/1983) ide om entreprenørskap går i korthet ut på at *en entreprenør er en person som kombinerer allerede eksisterende ressurser på en ny måte*²⁵, og er innovativ og nyskapende. Dette elementet i definisjonen av entreprenørskap har hatt stor gjennomslagskraft (Ljunggren 2002).

Med entreprenørskapsforskningens utgangspunkt i økonomien var det lenge vanlig å anta at entreprenøren, det vil si individet, handlet ut fra egennytte (Spilling 2002). Det som fremfor alt kjennetegner entreprenøren, i den schumpeterianske tilnærmingen, er *risikovilje og profittmaksimering* Zafirovski (1999).

I sin bok *"The Theory of Economic Development"* (1934) skrev Schumpeter om entreprenøren som skapte endringer i det økonomiske systemet ved å etablere nye virksomheter. Her brukes begrepet *entreprenoriell innovasjon*²⁶ som betegnelse på selve endringen. Den sentrale dimensjonen ved entreprenørskap er at det skapes *ny forretningsmessig virksomhet* (Spilling 2002).

Entreprenørskapsprosessen kjennetegnes ved å skape utvikling i næringslivet gjennom nye kombinasjoner. Nedenfor følger fem eksempler på slike kombinasjoner;

1. Introduksjon av et nytt produkt eller en ny kvalitet på et produkt
2. Introduksjon av en ny produksjonsmåte
3. Introduksjon av et nytt produkt på et nytt marked
4. Utnyttning av en ny type råvare eller halvfabrikat
5. Ny organisering av en næring (Schumpeter 1934 oversatt og omskrevet i Spilling 1998: 183)

Aktørene som setter i gang disse prosessene kalte Schumpeter entreprenører²⁷. Han satte likhetstegn mellom innovasjon og entreprenørskap (Teigen 2004). Men det er først når “..nye ideer blir aktivisert gjennom en ny organisatorisk kontekst at vi vil hevde at entreprenørskap utvises” (Vatne 1997:78). I dette ligger et krav om at innovasjonen må være levedyktig og den må kunne kommersialiseres.

²⁴ Første referansen til entreprenørskap kom på 1700-tallet. De første teorier om den entreprenorielle funksjon kom med Cantillon (1755) og Turgot (1766). Men det var først Schumpeter som identifiserte elementene av innovasjon i entreprenørskapet. Og ga det en dynamikk som det tidligere manglet.

²⁵ Dette måtte være nye produkter, nye produksjonsmetoder, nye markeder, nye innsatsvarer eller nye organisatoriske løsninger.

²⁶ Den klassiske definisjon av entreprenoriell innovasjon er å iverksette nye kombinasjoner av hovedsakelig kjente ressurser og gjennom dette skaper ny økonomisk aktivitet (Schumpeter 1947 i Martinelli 1994).

Forretningsmessige virksomhet hadde i følge Schumpeter (1934) sitt beste utgangspunkt i borgerskapet.

Schumpeter's second contribution to the study of entrepreneurship is the analysis of the relationship between the entrepreneurial function and the bourgeois class, which is closely related to the question of whether entrepreneurship is a universal or a historically contingent phenomenon (Martinelli 1994:497).

Her viser Martinelli (1994) til mye av den kritikken som har vært rettet mot Schumpeter i den senere tid. Jeg vil ikke gå videre inn i denne diskusjonen her, men senere i studien vil jeg se om klasse har hatt betydning for mine informanters entreprenørskap slik Schumpeter viser til.

3.2.1 Nyere forskning på entreprenørskap

I dagens forskning på entreprenørskap er det stor spredning i hvordan begrepet defineres (Sexton og Landström 2000).

Det finnes en mengde empiriske studier som er blitt utført for å forklare entreprenørskap, men det synes ikke som om det finnes en overensstemmelse med hensyn til hva det er. (Kanai 1994 i Aslesen 1999:14).

Her viser Kanai til hvordan ulike tilnærminger til entreprenørskap gjør det vanskelig å enes om én definisjon. Blant en del entreprenørskapsforskere har det vært et ønske om å finne den "generelle entreprenørskapsteorien", men etter hvert har forskningen kommet til enighet om at det ikke er mulig å utvikle *én* generell entreprenørskapsteori. Bygrave (1991:16) uttalte at "...it seems to us that the very best we can hope for in the field of entrepreneurship is the useful models and theories." (i Casson 2003). Dette sitatet illustrerer at entreprenørskap er komplekst og er avhengig av ulike faktorer som spiller ulikt inn på de forskjellige aktørene.

Etter Schumpeter utviklet entreprenørskapsforskningen seg i flere retninger, inkludert en adferdsvitenskaplig retning (Landström 1999). Det var ikke lenger bare et ønske om å forklare entreprenørskap, men også *utvikle entreprenørskap*. Dette fordret at man var i stand til å identifisere entreprenørielle individer slik at disse kunne stimuleres til å etablere nye bedrifter (Bryat & Julien 2000).

²⁷ Iverksetningsfenomenet kalte han "den entreprenørielle funksjonen". *The entrepreneurial function is the key variable in Schumpeter's theory of development. He defined it as innovation* (Martinelli 1994:497).

Det har i senere tid skjedd et skifte i fokus fra individet (individets personlige egenskaper) til hele entreprenørskapsprosessen. Det vil si hva individet gjør når det skaper et nytt foretak, og hvilke rammer det skjer innenfor (Ljunggren 2002). Ved å studere denne prosessen fanger man bedre opp entreprenørskapets kompleksitet og helhet, enn kun ved å studere entreprenøren isolert. Et relasjonelt perspektiv er derfor nyttig i denne sammenhengen.

Ved å identifisere slike entreprenørielle individer er det min forståelse at forskningen må ta hensyn til entreprenørens kjønn for å ha det beste utgangspunkt for å stimulere entreprenørene til etablering og vekst. En kort beskrivelse av kjennetegn hos kvinnelige entreprenører er derfor passende ved denne anledning.

3.2.2 Kjennetegn ved kvinnelig entreprenørskap

Nyere forskning identifiserer entreprenørene som en stor og variert gruppe individer. Kvinnelige entreprenører skiller seg fra hverandre i forhold til ulik bakgrunn, ambisjoner, motiv og størrelse på virksomhetene, og at de er på ulike stadier i livet (Coughlin & Thomas 2002).

Berg (1994) legger vekt på at om vi tar for oss en entreprenørgruppe som helhet, uavhengig av kjønn, vil ulikhetene være større enn om man skiller ut typer innenfor gruppen - for eksempel entreprenører med høy utdanning eller entreprenører etter geografi. Hun synes det er nærmest umulig å sammenligne "bare" med hensyn til kjønn uten at andre forhold også spiller inn.

Moore (2000) har med utgangspunkt i flere internasjonale studier av kvinnelige entreprenører gjort et forsøk på å utvikle en profil av moderne kvinnelige entreprenører i kontrast til tidligere og mer tradisjonelle entreprenører. Hun viser konturene av en ny type kvinnelige entreprenører; de har høy utdanning og lang yrkeserfaring. Med kombinasjon av målrettet jobbing, vekstambisjoner og bevisst bruk av nettverk, har denne gruppen kvinner store muligheter til å lykkes i forretningslivet²⁸ (Drake og Solberg 2003).

Brush (1992) identifiserer flere fellestrekk ved kvinnelige entreprenører i sine studier. Kvinnene er mer opptatt av at bedriften skal få lang levetid, enn ønske om raske penger og høy profitt. De setter familieverdier, frihet, selvstendighet, selvrespekt og personlig utvikling svært høyt.

²⁸ Det er konklusjonen i en rapport om kvinner, nyskapning og kommersialisering, gjennomført av forskerne Irmelin Drake og Anne Grethe Solberg for SND.

Det er foretatt få systematiske sammenligninger mellom kjønnene vedrørende psykologiske egenskaper, men det eksisterer en del stereotype oppfatninger om sammenhengen mellom kjønn og psykologiske karakter. Disse er gjerne knyttet til at kvinner og menn gjennomgår ulik sosialisering. Mens kvinnene er sosialisert til å være emosjonelle, relasjonelle, forsiktige, passive og i mindre grad styrt av en rasjonell tankemåte, har menn gjennomgått en sosialisering som har lært dem å være ambisiøse, modige, uavhengige og kalkulerende (Rokeach 1973 i Berg og Foss 2002). Aslesen (1999) er redd for hva slike holdninger kan føre til og legger vekt på at ”*det finnes like mange forskjeller blant kvinner som det er mellom menn*”. Videre påpeker han at det er viktig å unngå å sette mannlige entreprenører som den ideelle referansegruppen som skal ”vise vei”.

Når det gjelder personlighet er det ofte store likheter mellom mannlige og kvinnelige entreprenører, det er gjerne omgivelsene og utgangspunktet som skiller dem. Buttner & Rosen (1992) legger vekt på at man må være forsiktig med å prøve å kategorisere kvinnelige og mannlige entreprenører i henhold til stereotype oppfatninger om kvinner og menns psykologiske karakter. Ikke minst fordi det kan resultere i diskriminerende forventninger og avgjørelser som virker ødeleggende for kvinner som starter opp og driver egne foretak.

I always used to be imagined that men did better, indeed they don't differ as much as you might think. I'm very excited about that finding.

Robert D. Hisrich. (Foredrag ved Western cape University, referert til i Moore 1997:70)

Dette sitatet underbygger det faktum at nyere forskning finner få forskjeller mellom kvinner og menn når individuelle faktorer og psykologiske egenskaper studeres. Felles for entreprenørene, uavhengig av kjønn, er at de er energiske, målorienterte og selvstendige (Moore 1997). Fagenson (1993) konkluderer med at verdisystemene mellom kvinnelige og mannlige entreprenører er relativt like hverandre, mens det er større forskjeller i deres muligheter.

3.2.3 Motiv hos entreprenøren

Profitt har lenge vært sett på som et grunnleggende motiv for den klassiske entreprenøren. Nyklassisk økonomisk teori²⁹ gjorde profittmotivet til noe allmennmenneskelig knyttet til forståelsen om ”the economic man” (Casson 1982). I

²⁹ Nyklassisk økonomi er en gruppering av ulike tankesett innenfor økonomi. Det finnes ingen god overensstemmelse om hva som menes med nyklassisk økonomi, da visjonene, problemområdene og andre anliggender varierer mellom de ulike nyklassiske økonomer. Eksempler er Adam Smith (1776) og Alfred Marshall (1842 – 1924)

følge den teorien søker mennesket alltid etter nyttemaksimering, mens forretningsmennesket søker profittmaksimering. Denne nyklassiske forståelsen har selvsagt ikke fått stå uimotsagt;.. *Geographers were by tradition too much empiricist, and engaded in the "real" world, to be captivated by homo economicus for long* (Smith 1988:256).

While homo economicus was introduced originally as an ideal type, this perfectly informed and perfectly able being automatically maximizing personal utility or satisfaction through marketplace choices soon became substitute for something far more complex... (Smith 1988:256).

I studier av entreprenørers motivasjon konkluderes det med at entreprenører ikke bare styres av "profittbegjær" men at de motiveres av frihet, selvstendighet og selvutvikling (Aldrich 2000).

Hvilke motiver har så dagens entreprenører? De mer vanlige motiver er at en person ser muligheter på et område, og har utviklet en idé eller sitter inne med bestemte kunnskaper som kan benyttes forretningsmessig. Dette er i stor grad selvrealiseringsfaktorer. Et inspirerende lokalt næringsliv og et godt miljø for nyetableringer, har også stor betydning. Ofte kan det være en kombinasjon av alle disse som er avgjørende, men ønsket om selvrealisering ser ut til å ha størst betydning (Arbo og Gammelsæther 2004).

I litteraturen blir det vist til to typer entreprenører; *den intensjonelle* og *den tilfeldige* entreprenører (Massey 1995). Den intensjonelle entreprenøren har på et tidlig stadium i livet vært bevisst at hun ønsker å etablere egen virksomhet, og de valg hun tar senere i livet er rettet mot dette målet. Når det gjelder den tilfeldige entreprenøren har hun ofte opplevd ulike hendelser i livet som har ført til entreprenørskap. Eksempler på dette er arbeidsledighet, skilsmisse, blitt enke eller omorganisering på arbeidsplassen (Allen & Truman 1993). Hva som kjennetegner mine informanter vil jeg diskutere i studiens analysedel.

Blant entreprenører er motivene spredt over en stor skala. I dårligere tider på arbeidsmarkedet ser vi at mange etablerer egen bedrift fordi det ikke er lønnet arbeid å få. Nød lærer naken kvinne å spinne. Men et slikt entreprenørskap som skyldes at vedkommende ikke har andre jobbalternativer forekommer nesten aldri i Norge (GEM 2003). Nesten alle etableringsforsøk i Norge skjer fordi entreprenørene ønsker å utnytte

gode forretningsideer³⁰. Samtidig er profitt nødvendig for å overleve som entreprenør, og må selvsagt ilegges stor vekt i forståelsen av entreprenørskap.

3.3 Innovasjon og entreprenørskap

Selv om innovasjon og entreprenørskap er meget beslektede begrep, har de gitt opphav til forskjellige forskningstradisjoner som har gått i forskjellig retning. Mens entreprenørskapsanalysene i stor grad er orientert mot de *individuelle aktørene* og prosesser rundt det å etablere nye foretak, er innovasjonsforskningen i større grad *systemorientert* og ser på hvordan nyskapning skjer innenfor rammene av innovasjonssystemer. Denne studien setter søkelys på de individuelle aktørene i et systemperspektiv.

3.3.1 Innovasjon

Innovasjonsbegrepet er likt entreprenørskap, der det innebærer å gjøre noe nytt som er av økonomisk betydning. Innovasjon er evnen til å tenke nytt eller evnen til å sette sammen kjente elementer på nye måter. Innovasjon består både av nyskapning³¹ og kommersialisering³². Innovasjon er også introduksjon av et nytt fenomen- eller det nye fenomenet i seg selv. En innovasjon kan være ett nytt produkt, eller en ny måte å organisere eller produsere ting på (Spilling 2000, Arbo og Gammelsæther 2004). Innovasjon er basert på interaktiv læring, der utvikling ofte innebærer samarbeid, kunnskapsutveksling og handel mellom bedrifter og institusjoner (slik som universiteter og forskningsinstitutter).

Selv om innovasjon også skal ha et klart forretningsmessig siktemål, er denne dimensjonen ikke alltid like klar i praksis. Generelt kan innovasjon forstås som endring. Denne endringen må innebære en form for nyhet. Graden av nyhet kan imidlertid variere. Innovasjonen kan være radikal eller inkrementell. Innovasjonen omtales som radikal dersom den er ny i et globalt marked og inkrementell hvis det er forbedringer av allerede eksisterende produkter, tjenester, prosesser eller organisasjoner (Leirvik 2004). Mellom ytterpunktene i en radikal-inkrementell skala kan man imidlertid finne karakterisering av nyhetsgrad ut fra om innovasjoner er ny i verden (radikal), nytt i det nasjonale markedet, eller nytt for eksempel innenfor en avgrenset bransje (Leirvik 2004).

³⁰ Dette viser at når en ser på motiver hos entreprenøren kan en skille mellom forklaringsfaktorer som viser til årsak og oppretholdelsesfaktorer som i dette tilfellet viser til entreprenørskap av nødvendighet.

³¹ Nyskapning innebærer at en aktør kommer opp med nye teknologier, produkter, tjenester, design eller nye måter å arbeide på (Spilling 2000, Berg 1999).

³² Kommersialisering innebærer at en finner en måte å tjene penger på nyskapningen, for eksempel ved å omgjøre et nytt produkt til en lønnsom omsetning.

Mens innovasjon tidligere dreiet seg om tekniske nyskapninger, har organisatoriske innovasjoner i dag fått en stadig større plass (Arbo og Gammelsæther 2004).

Når det gjelder innovasjon er det særlig to modeller som tas i bruk; den lineære og den interaktive innovasjonsmodellen (Isaksen 1999).

3.3.2 Innovasjonsmodeller

Den lineære innovasjonsmodellens utgangspunkt er at innovasjoner blir skapt ved forskningsinstitusjoner og deretter overført til bedrifter. Grunnforskning og vitenskap er selve kjernen i modellen og den skaper nye ideer som blir utviklet videre til nye produkter. Den lineære innovasjonsmodellen bruker en smalere definisjon på innovasjon enn den interaktive innovasjonsmodellen og fokuserer mer på teknologiske innovasjoner (Isaksen 1999).

Den interaktive innovasjonsmodellen bygger på kritikk av den lineære innovasjonsmodellen. Innovasjonsprosessen anses ikke for å være en lineær prosess.

I den interaktive innovasjonsmodellen anses innovasjoner å være et resultat av en sosial prosess som krever nært og langsiktig samarbeid mellom aktørene. Nyere økonomisk geografi vektlegger mer kvalitative variabler for å forklare en bedrifts konkurranseevne og har brukt variabler som læring, kunnskap og kompetanse som forklaringsfaktorer på konkurranseevne. Dette krever godt samarbeid (Isaksen 1999).

Samarbeid forutsetter ofte tillit og forståelse mellom de involverte aktørene. I denne innovasjonsmodellen kan innovasjoner dannes på flere ulike geografiske områder som før ikke ble sett på som hensiktsmessig for innovativ aktivitet. Spesielle regionale forhold kan ha betydning for innovasjonsprosessen (Isaksen 1999).

Min bruk av innovasjonsbegrepet i denne studien er relativt bredt og passer derfor best sammen med begrepsbruken til den interaktive innovasjonsmodellen.

3.3.3 Innovasjonssystem

Ofte er entreprenørskap noe som oppfattes som en ”ensom sport”. Studier av entreprenørskap får ofte et individualistisk fokus der man lett mister av syne at entreprenører også inngår i et system og er avhengig av hvordan systemet fungerer. Selv om mye av drivkreftene i entreprenørskapet er knyttet til individer og deres forståelse av muligheter og begrensninger, påvirkes dette i stor grad av de miljøer de arbeider innenfor.

Når en forsker er interessert i næringsutvikling generelt og entreprenører spesielt, gir det lite mening dersom ikke entreprenørskapet analyseres innenfor rammen av en systemtenkning³³.

Innovasjonssystem defineres som et sosialt og dynamisk system bestående av aktører³⁴ og relasjoner, vaner, normer, holdninger og erfaringsbasert kunnskap som i interaksjon utvikler, sprer og tar i bruk økonomisk nyttig kunnskap (Maskell og Malmberg 1998). Entreprenørene er en del av et slikt system.

De elementene som inngår i innovasjon kan innenfor et gitt system enten forsterke hverandre positivt og bidra til ytterligere læring og innovasjon, eller i motsatt fall blokkere slike prosesser.

Entreprenører etablerer seg innenfor et innovasjonssystem og derfor kan ulike sider ved innovasjonssystemet forklare ulike utfall ved entreprenørskap. I denne anledning vil jeg se hvorvidt kjønn i seg selv fører til ulike utfall for entreprenørene i innovasjonssystemet.

3.3.4 Hvordan fungerer entreprenøren i systemet?

Entreprenørene kan betraktes som drivkrefter i utviklingen av innovasjonssystemet. Når de setter nye forretningskonsepter ut i livet, etablerer de ikke bare nye foretak, men bidrar også til å utvikle innovasjonssystemet som helhet ved at det etableres nye mønstre for samhandling (Arbo og Gammelsæther 2004).

Om en entreprenørskapsprosess lykkes avhenger av flere forhold. Dels gjelder det de forutsetninger entreprenøren selv har og vedkommendes evne til å se muligheter og å organisere ressurser. Like mye gjelder det hvilken tilgang det er til ulike typer aktører og ressurser i systemet.³⁵ Spilling (2001) hevder at dette leder oss over til en annen side ved forholdet mellom entreprenører og innovasjonssystemet, nemlig de begrensinger systemet setter for hva entreprenørene kan gjøre. Det er ikke nok at en aktør finnes i systemet, vedkommende må også være åpen for samspill. Dette kjennetegnes som aktørenes *entreprenørielle kapasitet* og dreier seg om i hvilken grad befolkningen er motivert til å etablere nye bedrifter, og i hvilken grad folk er kvalifisert til å gjennomføre et

³³ I dette tilfellet et innovasjonssystem. Systemperspektivet gjør det mulig å belyse hvordan innovasjoner oppstår og spres innenfor rammen av sosiale systemer, ved å ta i betraktning et samvirke mellom flere faktorer (økonomiske, institusjonelle, sosiale og politiske).

³⁴ Et slikt innovasjonssystem kan bestå av ulike *aktører*, som individer, foretak, institusjoner og politiske aktører (Johansen 2002).

³⁵ Her vil jeg ikke bare se på entreprenører generelt, men også kvinner spesielt

etableringsprosjekt (Alsos & Kolvereid 2003). Nettverkene er sentrale arenaer for slik aktivitet.

For å identifisere de ulike muligheter og begrensninger innovasjonssystemet representerer, er det hensiktsmessig å avgrense systemet til det geografiske området en vil forske på. Innovasjonssystem kan avgrenses og analyseres på ulike geografiske nivåer; overnasjonalt, nasjonalt, regionalt eller lokalt.

3.3.5 Det regionale innovasjonssystemet

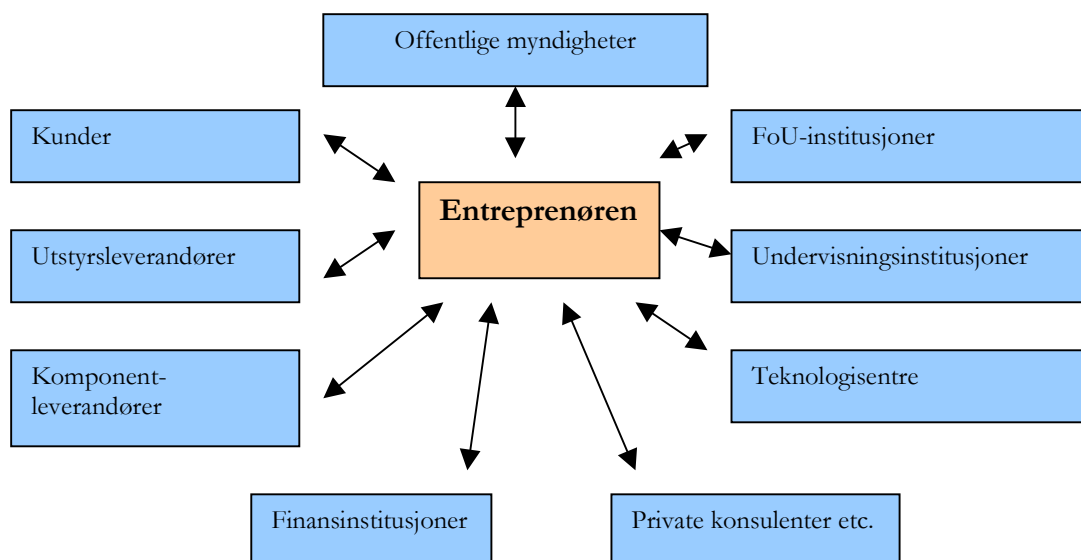
Den senere tid har det vært økt interesse for det regionale og lokale nivåets betydning for næringsutvikling og innovasjonsskaping. Grunntanken bak et regionalt innovasjonssystem er at det i utvikling av komplekse og spesialiserte produkter ofte vil være behov for et nært samarbeid mellom involverte produsenter og brukere. Kort geografisk avstand gjør det mulig å få til hyppige møter og mer spontan og uformell samhandling. Geografisk samlokalisering over tid vil også gi felles lokal kulturell forståelse, økt gjensidig tillit, kjennskap til samme uformelle spilleregler og andre forhold som vil lette kommunikasjonen og gi grobunn for nyskaping. Offentlige myndigheter vil ofte støtte opp om lokale og regionale nettverkssamarbeid (Asheim 1995 i Isaksen 1999). Ulike områder er preget av ulik økonomisk aktivitet (Massey 1995). Regioner spesialiserer seg innen ulike næringer. Det er derfor relevant for min studie å studere innovasjonssystem på et regionalt nivå. Jeg har valgt det regionale innovasjonssystemet i Oslo.

Et regionalt innovasjonssystem ”omfatter de bedriftene og institusjonene i en region som bestemmer bedriftenes evne til å innovere i den samme regionen” (Isaksen 1999:5).

Isaksen (1999) definerer regionale innovasjonssystemer som *“de regionalt lokaliserte institusjonene som bestemmer innovasjonskapasiteten i en region”*. Isaksen skiller mellom følgende typer institusjoner. Disse institusjonene beskrives i modellen nedenfor.

- foretak, særlig de som deltar i innovasjonsprosesser
- universiteter, høyskoler og andre forsknings- og utviklingsinstitusjoner
- offentlige og private institusjoner som gir fagopplæring
- regionale myndigheter, og uformelle institusjoner.

Figur 3.1. Modell av aktører og interaksjon i et regionalt innovasjonssystem, med bakgrunn i den interaktive innovasjonsmodellen. Kilde: Isaksen (red) 1999.



Slike regionale innovasjonssystemer har ofte særegne lokale eller regionale forhold som stimulerer til innovativ aktivitet. Spesielle regionale forhold kan være entreprenørholdninger, godt samarbeidsklima mellom bedriftene og spesiell regional kompetanse (Isaksen 1999). Jeg vil videre i analysen se på hvordan disse institusjonene er med på å tilrettelegge for betingelsene for kvinnelig entreprenørskap.

Dette innovasjonssystemet er generelt vanskelig å avgrense fordi mange forhold i samfunnet på en eller annen måte influerer bedrifters adferd og muligheter. Innenfor et innovasjonssystem er det også avgjørende hva slags nettverk aktørene har tilgjengelig og hvilke nettverk de benytter seg av. Ulike innovasjonssystemer tilbyr ulike nettverk. Jeg vil nedenfor beskrive forskjellige nettverk entreprenørene kan benytte seg av.

3.4 Nettverksteori.

Nettverk tilbyr tilgang på ulike og nødvendige ressurser. Jeg hevder at nettverk er en meget viktig arena for entreprenørskap og innovasjon. Det finnes flere ulike nettverksperspektiver. Felles for disse er at nettverk skaper muligheter som aktørene selv ikke klarer å skaffe til veie alene (Granovetter 1992).

Nettverk er mer eller mindre mønstre av sosiale relasjoner mellom gjensidig avhengige aktører. Ressursene de veksler seg i mellom er kunnskap, kompetanse, informasjon, kontakter, leverandører, kunder, personlig og økonomisk støtte. (Kickert, Klijn & Koppenjan 1997: 53).

Entreprenørene i et slikt nettverk er gjensidig avhengige da de trenger ressursene fra andre aktører for å nå sine mål (Aldrich 2000). Å vite hvem en skal kontakte (know who) og hvor dyktige og relevante de ulike aktørene i innovasjonssystemet er (know how) er viktig for å forbedre konkurranseevnen. Denne kunnskapen³⁶ er ofte lokalt forankret, og avhenger av nærhet mellom aktørene for å kunne overføres. I den første boken som tok for seg entreprenørskap i Norge skriver Barth (1963) at ett kjennetegn ved entreprenøren er at han eller hun er i stand til å koble mellom sfærer, det vil si å koble mellom ulike nettverk. Med dette kom Barth tidlig med et innsiktsfullt innlegg i en debatt som skulle vise seg å bli viktig de neste tiårene. Med innspill fra økonomisk sosiologi ble nettverkskompetanse en stadig viktigere del av entreprenørskapsforståelsen (Teigen 2004).

Nettverksorganisering og nettverksressurser betraktes som vesentlig for at mange entreprenører har kommet i gang og lykkes. Ressurser som kan mobiliseres gjennom nettverk er blant annet kapital, informasjon, sosial støtte, forretningspartnere, leverandører, kunder, teknologi og distributører. I de sosiale nettverkene formidles impulser, ideer og innflytelse.

Tilgang på kapital er nødvendig innen entreprenørskap, men er ikke alltid tilstrekkelig for å lykkes med etableringen (Landström 1999). Nyere entreprenørskapsforskning legger større vekt på andre kapitalformer som sosial og kulturell kapital og tilgang til nettverk. Sosial nettverksteori fokuserer ikke nødvendigvis på hvilke ressurser eller eiendeler entreprenøren besitter, men på hvilke muligheter entreprenøren har til å få tilgang på kritiske ressurser³⁷. Aldrich (1992) tar utgangspunkt i Granovetter (1973) teori om “the strength of the weak ties“, hvor det sosiale nettverket fremstår som mulighetsområder hvor entreprenørene kan oppnå tilgang på kritiske ressurser.

³⁶ Denne kunnskapen refereres til som taus, lokalisert kunnskap.

³⁷ Med ressurser forstås her alt man trenger for å starte ny virksomhet; kapital, informasjon, sosial støtte, partnere, leverandører, kunder, distributører og teknologi.

3.4.1 Svake og sterke nettverk

Granovetter (1973) viser til ulike nettverk og aktører rundt entreprenøren, og legger vekt på betydningen av svake og sterke bånd ved nettverksbyggingen. Han peker på at svake og sterke bånd skaper ulike handlingsrom for en entreprenør, og at kombinasjonen av slike tette og løse forbindelser er svært viktig³⁸ (Landström & Johannisson 2001).

De sterke båndene er vanligst i de sosiale nettverkene og består av relasjoner som familie, nære venner og slekt. Slike sterke bånd trenger ikke motiveres for å virke. Svake bånd derimot, også kalt forretningsnettverk, er ikke preget av samme tillits- og gjensidighetsnormer. Gjennom de svake båndene kan entreprenøren få kunnskap om hvor de skal søke lån, kontakte offentlige tjenester og etater osv (Greve 1998).

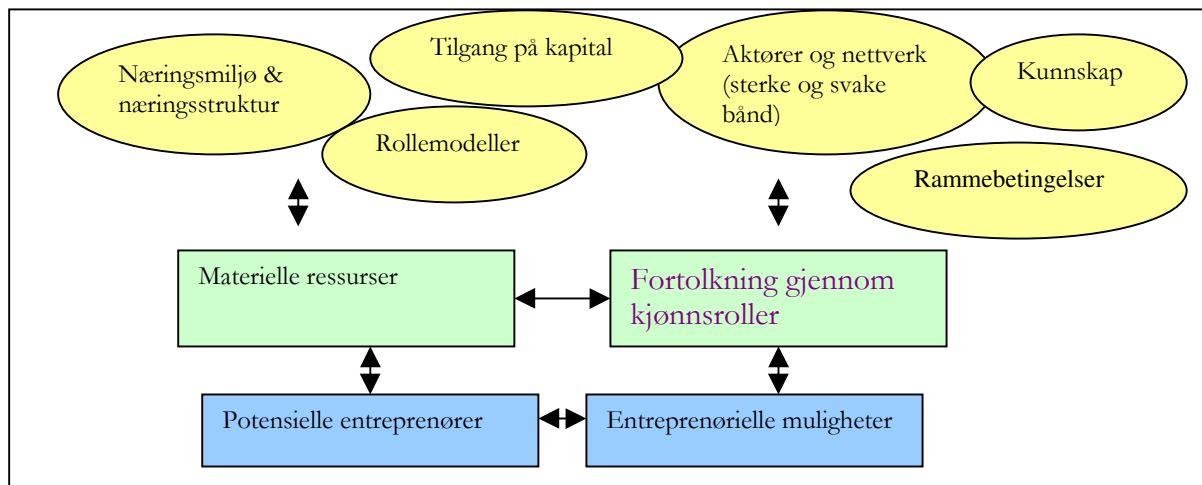
Granovetter (1973) påpeker at sterk sosial kapital ikke bare er positivt. Berg og Foss (2002) viser til at kvinner har en overvekt av sterke bånd i sine nettverk. Dersom de sterke båndene blir for dominerende, som for eksempel til familien, lokalsamfunnet eller det tette næringsmiljøet, kan dette føre til mangel på ytre impulser eller utveier. Koblinger til andre miljø og nye impulser skjer vanligvis gjennom mindre hyppige eller tilfeldige kontakter. Slik sett er de svake båndene en styrke ved brobygging og kopling mellom arenaer (Granovetter 1973, Teigen 2004). Hvilke nettverk som er til stede og kvaliteten på disse kan igjen være med å definere et steds entreprenørielle klima.

³⁸ Et bånds styrke defineres som en funksjon av 1) den tiden aktørene bruker på hverandre, 2) den følelsesmessige tilknytningen mellom dem, 3) intimiteten mellom dem og 4) den gjensidige tilknytningen mellom dem (Granovetter 1973:1361).

3.5 Entreprenørskapets klima

Det entreprenørielle klima beskriver de kulturelle forhold og lokale tradisjoner som er av betydning for entreprenørenes muligheter. Hvordan ulike faktorer for entreprenørskap integreres i et større system illustreres i figuren nedenfor.

Figur.3.2. Modifisert modell for analyse av entreprenørskap hvor kjønnsperspektivet er inkludert.
Kilde: Spilling og Foss 2002, med egen tolkning og bidrag til modellen



Modellen viser den kontekst entreprenører operer innenfor og de sammenhenger som er tilstede. Som nevnt dreier entreprenørskap seg om handlende individer; individer som ser muligheter og som iverksetter ny forretningsmessig virksomhet med utgangspunkt i en forretningsidé. Denne aktiviteten skjer under påvirkning av det miljøet som aktørene er en del av. Det er nær sammenheng mellom eksisterende næringsstruktur og sosiale og kulturelle forhold på den ene siden, og tilbøyelighet til entreprenørskap på den andre.

Kjønnsperspektivet (fortolkning gjennom kjønnsroller) er inkludert i modellen da forståelsen av kjønn og kvinnelige rollemodeller, og kvinners andel i næringslivet, er med å påvirke kvinnes muligheter i et slikt system.

Hvilke rammebetingelser som er til stede er avgjørende for et steds entreprenørielle klima. Entreprenørskap innebærer å krysse grenser og skape nye kombinasjoner. Selv om entreprenørskap kjennetegnes av individualisme kan ikke entreprenøren gjøre mer enn hva systemet tillater (Landström 2002). Det er systemet som bestemmer hvordan denne individualismen skal fungere og entreprenøren må forholde seg til de *rammebetingelser* som er til stede (Kolvereid 2000).

Positive rammebetingelser skaper muligheter for entreprenørene til å kommersialisere sin idé. Dette avhenger i stor grad av myndighetenes politikk, herunder i hvilken grad entreprenørskap blir prioritert av myndighetene og skattepolitikken. Slik politikk kan vise seg i offentlige programmer som har til hensikt å støtte opp om entreprenøriell initiativ herunder utdanningssystemet, forskning og teknologioverføring. Kvaliteten på den fysiske infrastrukturen er også viktig. Entreprenørskapsnivået til et sted, en region, en by eller et land bestemmes vanligvis ut fra de rammebetingelser for entreprenørskap som igjen påvirker: 1) tilgangen på entreprenørielle muligheter eller forretningsideer som entreprenører og nye bedrifter kan utnytte 2) den entreprenørielle kapasitet som finnes, det vil si i hvilken grad befolkningen har de nødvendige kunnskaper og ferdigheter som kreves for å etablere nye bedrifter og dermed utnytte de muligheter som oppstår og 3) motivasjonen i befolkningen til å etablere nye bedrifter. Alle tre faktorene må være til stede om vi kan forvente særlig stor entreprenøriell aktivitet (Alsos & Kolvereid 2003).

Modellen viser at rollemodeller har en sentral rolle for entreprenøriell vekst (Sundin og Holmquist 2002). Entreprenørskapet påvirkes av en rekke forhold, der tilgangen til aktuelle rollemodeller anses som særlig sentralt. Potensielle entreprenører lærer og inspireres av tidligere entreprenører. Miljøer med tilgang til mange rollemodeller vil ofte kunne føre til økt entreprenørskap, mens det i miljøer med få rollemodeller vil være mindre tilbøyelighet til entreprenørskap (Brun 1998). Særlig synes det å være en sammenheng når en person har slike rollemodeller i den nærmeste familien.

Mer generelt påvirkes tilbøyeligheten til entreprenørskap av de generelle normer og atferdsmønstre som dominerer i en region, som igjen er sterkt influert av den rådende næringsstrukturen. Spilling (1998) legger vekt på at den eksisterende næringsstrukturen i et område påvirker graden av nyetableringer der miljøet og den etablerte næringsstrukturen er viktig for hvorvidt personer velger å starte for seg selv.

For det første er det en klar tendens til at nyetableringer skjer innenfor eller i tilknytning til de næringssektorer som allerede eksisterer. For det andre er det slik at dersom det finnes mange småforetak i et område, vil antallet nyetableringer være større enn om området er dominert av store foretak (Spilling 1998:15).

Dette sitatet viser hvordan de etablerte bedriftene kan fungere som rollemodeller for entreprenørene. I tillegg nyter entreprenørene godt av kunnskapen som allerede er akkumulert blant lokalsamfunnets innbyggere. Hvorvidt kvinner nyter like godt av denne kunnskapen, vil jeg beskrive og diskutere senere.

Tilgang på kunnskap er en forutsetning for etableringsprosessen. I noen miljøer eller nettverk er betingelser for tilgang på kunnskap³⁹ og ressurser gunstigere enn i andre. Gjennom samhandling over tid vil aktørene i en region utvikle en felles, implisitt, taus forståelse av hvordan "man gjør ting". Dette gjelder entreprenører så vel som andre næringsaktører. Taus kunnskap utvikles og utveksles "lokalt", mens kodifisert kunnskap er tilgjengelig for alle. Denne kunnskapen skal ikke kjenne grenser (Storper 1997).

Men felles lokalisering er i seg selv ikke nok til å produsere kunnskapsutveksling og et godt entreprenørielt klima. Det kreves en utbredt samhandling mellom enhetene i det regionale innovasjonssystemet. I slike sammenhenger snakker vi om "traded interdependencies" og "untraded interdependencies". Den førstnevnte dreier seg om lokaliserte input- output- relasjoner, altså lokalt kjøp og salg, mens den andre som i og for seg anses som den viktigste, dreier seg om arbeidsmarkedet, regionale konvensjoner, normer og verdier, og offentlige og delvis offentlige institusjoner. Denne andre formen for gjensidige avhengigheter synes å henge sammen med geografiske og sosial nærhet mellom relasjonspartene, og er dermed viktig for utvikling av innovative miljøer. Slike "interdependencies" anses som avgjørende for innovasjonsprosessen da de er med på å sikre lærings- og innovasjonsfordeler i forhold til andre regioner, og dermed sikre konkurranseevnen (Malmberg og Maskell 1999).

Kunnskap i seg selv skaper ikke konkurranseevne. Det er først når en aktør kombinerer kunnskapen med ferdigheter og evner en arbeidsoppgave kan bli utført og innovasjoner kan bli skapt. Denne kombinasjonen av kunnskap, evner og ferdigheter definerer en persons kompetanse (Skjerve 2000). Figur 3.2 viser hvordan jeg forstår ulike mekanismer og aktører som er relevant for etableringsprosessen. Realismen har som ontologisk utgangspunkt at det ved siden av en virkelighet, bestående av erfaringer og hendelser, eksisterer det i tillegg bakenforliggende kausalfaktorer som skaper disse faktiske hendelsene. Årsaksforklaringer av observerbare fenomen søkes i bakenforliggende strukturer og mekanismer (Sayer 1992). For å kunne forklare samfunnsmessige fenomener må man identifisere og analysere de strukturer og mekanismer som er involvert i handlinger og hendelser. Disse strukturene og mekanismene er nødvendige betingelser for at fenomen skal kunne oppstå. Å forklare mekanismer er i mange tilfeller vanskelig da de er u håndgripelige i tid og rom. Sayer (1992) viser til mekanismer som de prosesser og tendenser i samfunnet som virker inn på

³⁹ Kunnskap finnes i ulike former: som *taus kunnskap*, kunnskap basert på erfaring, kompetanse og spesielle ferdigheter og *"lokalt" kodifisert kunnskap*, en type stedsbundet kunnskap, som ikke like lett å fange opp uten relasjoner. Dette er kunnskap knyttet til spesifikke sosiale miljøer og institusjoner.

ulike hendelser. Det foreligger ingen direkte årsakssammenheng mellom mekanismene og hendelsene da mekanismer virker ulikt fra person til person og fra tid og rom.

Det er viktig å bemerke at de samme strukturene og mekanismene kan gi opphav til forskjellige fenomen avhengig av de såkalte "ytre" forholdene. Ethvert observerbart fenomen er et resultat av en kombinasjon av underliggende strukturer og mekanismer, og det vi kan kalle de historisk og kontekstuelle spesifikke "ytre" forhold (Fraas 2005).

Denne studien søker å forklare fenomenet kvinnelig entreprenørskap ved å beskrive den faktiske situasjonen for denne gruppen og ved å finne forklaringer til deres entreprenørskap. I dette ligger et mål om å finne de bakenforliggende strukturer og mekanismer som fremkaller bestemte fenomener eller hendelser. Jeg benytter meg derfor av konkret og abstrakt forskning. Abstrakt forskning er et forsøk på å identifisere strukturer og mekanismer som finnes og hvordan disse virker. Ved å abstrahere, teoretiserer jeg deler av en kompleks virkelighet og rendyrker sentrale egenskaper og relasjoner ved forskningsobjektet (Ragin 1994).

Formålet med konkret forskning er å analysere fenomener ved å se på "ytre" kontingente forhold, som utløser de kausale mekanismene jeg er interessert i å studere (Cioke m.fl.1991). Disse "ytre" forholdene kan ses som tilfeldige betingelser i den forstand at tilstedeværelsen av fenomen i stor grad er tilfeldig i forhold til de underliggende strukturene og mekanismene (Onsager 1997). Onsager understreker at det ikke er tilstrekkelig å utelukkende studere de indre nødvendige relasjonene (strukturer og mekanismer). Det er også nødvendig å ta i betraktning de kontingente forhold som utgjør konteksten de nødvendige forholdene eksisterer innenfor. Denne konteksten avgjør om mekanismene aktiveres, og hvilke konkrete hendelser dette resulterer i (Fraas 2005).

3.5.1 Samfunnsmessige og individuelle faktorer

Totalt sett kan summen av faktorene som er blitt beskrevet i 3.4 oppsummeres i begrepet "entreprenørielt klima". Dette kan oppfattes som et uttrykk for den samlede tilbøyelighet til entreprenørskap. Det er i denne sammenheng interessant å skille mellom *samfunnsmessige* faktorer og *individuelle* faktorer.

Samfunnsmessige faktorer er spesielle egenskaper ved stedets kontekst; miljøet og omgivelsene. Kjønn, alder, bosted, sivilstatus, familiebakgrunn, utdanning og yrkeserfaring er typiske demografiske egenskaper som inngår i de samfunnsmessige faktorene. Lundvall (2002) legger også vekt på at *økonomiske* og *institusjonelle* strukturer

danner rammen for og påvirker sterkt interaktive læringsprosesser, og dermed innovasjonspotensialet i en region og hos entreprenøren (Leirvik 2004).

Individuelle faktorer er spesielle egenskaper ved entreprenøren. Risikovilje og innsatsnivå er eksempler på hvilke psykologiske egenskaper som antas å ha betydning for entreprenørskap. En fokusering på slike egenskaper er viktig, mest av alt fordi det regnes som avgjørende både for *om* vedkommende starter som selvstendig næringsdrivende, og for *hvordan* hun eller han gjør det i rollen (Landström 1999). Disse faktorene vil jeg diskutere nærmere i studiens analysedel.

Under diskusjonen om et steds entreprenørielle klima er det også viktig å se på de entreprenørielle mulighetene som individene selv besitter og som er tilgjengelig i deres nærmeste omgivelser.

3.5.2 Livsløp og utdanning

Livsløpsteori er et velkjent perspektiv innen sosiologisk teori, men som i liten grad er blitt anvendt i entreprenørskapsstudier. Når livsløpsbegrepet kobles til entreprenørskap, innebærer det først og fremst at entreprenørskap ikke kan ses som et resultat av én eller flere hendelser i entreprenørens liv like før etableringen. Entreprenørskapet må ses i lys av hele livet før etableringen og individets tanker om fremtiden (Brun 1998). Det handler om å forstå hvordan entreprenørskap henger sammen med tidligere erfaringer og livet som planlegges i fremtiden (Berg 2002).

Livsløp referer til en strukturorientert beskrivelse av livets forløp, dets begivenheter og retning, og preges av historiske begivenheter og personers sosiale bakgrunn. Barndom og oppveksten har en vesentlig betydning for senere livsløp (Berg 2002). Familiære forhold er viktig der positive forbilder, støttespillere og verdigrunnleggere utgjør en betydelig del av sosialiseringssfunksjonen. Sosialiseringssfunksjon innebærer at en person lærer normer for samhandling med andre og hva det vil si å ha nære bånd til andre mennesker (Wærness 1999 i Berg og Foss 2002).

Ulike rollemodeller for jenter og gutter, samt ulik oppdragelse og ansvarsområder i oppveksten, vil kunne sette sitt preg på barns videre interesse og skaperevne. Studier gjort av Nordlandsforskning (2001) viser at barn av selvstendige næringsdrivende, i større grad velger samme yrkesvei eller i det minste tar med seg denne kunnskapen videre i egen utdanning og arbeid (Alsos og Kolvereid 2003). Foreldrenes utdanning og yrke legger også føringer på barnas valg.

Spilling (eget intervju 2005) viser til at den største andelen av entreprenørskap i Norge finnes hos middelklassen. Familier med en sterk entreprenøriell kultur har en tendens til å la entreprenørskapet gå i arv.

Utdannelse spiller en stor rolle i livsløpet, og ikke minst for entreprenørskapet. En omfattende, longitudinell studie som ser på effekten av utdanning på bedriftsetablering blant kvinner i USA (Dolinsky m.fl. 1993), kom frem til at sannsynligheten for å bli entreprenør, og forbli i denne rollen, økte med utdanningsnivået. Også en studie om etableringsfrekvens i den norske befolkning (Alsos og Kolvereid 2001) viser at bedriftsetablering øker med utdanningsnivået, og denne er høyest blant de med høyskole eller universitetsutdanning.

3.5.3 Sivilstatus

Bakgrunnen for at sivilstatus blir vektlagt i denne studien, er en antagelse om at avgjørende valg med hensyn til entreprenørvirksomhet ikke foretas uavhengig av familien, men tvert i mot avspeiler grunnleggende familieforhold, - forhold som er særlig knyttet til sivilstatus og barneomsorg. Fra tidligere studier⁴⁰ på området fremkommer det at familiestatus har betydning for hvordan entreprenører organiserer sine virksomheter. Aslesen (2002) påpeker at kvinners entreprenørskap må ses og studeres som en integrert del i deres familieliv. Dette fordi kvinners virkelighet bærer preg av å være sammenvevd i den forstand at familie, arbeid og andre sosiale relasjoner er tett knyttet sammen. En må likevel stille seg kritisk til en så stereotyp fremstilling av kvinner som bare omsorgspersoner, og menn som forsørgere.

3.5.4 Sted

For å kunne se på de tradisjoner, kulturer og normer som eventuelt legger føringer på det entreprenørielle miljøet er det viktig å ta hensyn til geografisk plassering.

Sted er viktig i den forstand at kvinners og menns holdninger, valg og preferanser i forhold til utdanning og arbeid er utformet i lokale kontekster, og til en grad er avhengig av, eller knyttet til, de tilbud og muligheter som finnes lokalt (Jensen 2004:54).

Det foreligger ulik forståelse av sted. Jeg vil i denne studien og den videre analysen benytte meg av forståelsen av sted som en arena (locale).

⁴⁰ Berg og Foss 2002 og Drake og Solberg 2003.

Forståelsen av sted som *locale* (*arena*), vektlegger at det er menneskers samhandling som skaper et sted og gir stedet sin særegne karakter (Dale 1994). Stedets helhet er en relevant faktor, der mennesker og miljø er gjensidig avhengig av hverandre. Denne forståelsen av sted som *arena* er den forståelsen jeg legger til grunn i den videre analysen. Dale (1994:9) fremhever at "locale" gir en slags innramming eller setting for sosial interaksjon. Det er en møteplass hvor individers hverdagsaktivitet krysser hverandre i tid og rom. "Locale" er imidlertid ikke bare et sted, men et sted som preges av en bestemt type aktivitet. Den fysiske innrammingen er tett sammenvevd med den sosiale kontekst". Massey 1994) fremhever at ethvert sted er unikt i seg selv.

Sosiologen Anthony Giddens bruker denne definisjonen på begrepet "locale":

"A physical region involved as part of the setting of interaction, having definite boundaries which help to concentrate interaction in one way or another" (Giddens 1984:375).

Et viktig forhold i Giddens "locale" begrep er at aktørene påvirker og blir påvirket av konteksten, og at "locale" er tett sammenvevd med handling. "Locale" fremmer og tilrettelegger for sosial interaksjon, noe jeg ser som fruktbart for mine videre analyser.

Sted er relevant for denne studien både for å fange opp næringsmessige faktorer og kjønnsforhold i Oslo. Hvilke valg, muligheter og begrensninger samfunnet knytter til ulike kjønnsroller vil variere fra et samfunn til et annet, og fra ett sted til ett annet. Den kjønnsmessige arbeidskulturen på et sted er viktig for hvilke næringer kvinner sannsynligvis har tilbøyelighet til å etablere seg innenfor (Jensen 2004). Sammen med stedskultur legger dette grunnlaget for kvinners tilgang på rollemodeller, likestilling i arbeidslivet, sosial status og nettverk m.m. (Jordfal 1996).

De generelle og økonomiske endringsprosessene har i sine lokale utforminger på ulik måte endret kvinners og menns forhold til arbeidsmarked, sysselsetting og forsørgelse. Kjønnssrelasjoner er altså ikke universelle eller nasjonale, men formes av det daglige møtet mellom aktører på ulike *steder*. Mens det har vært en økende forståelse av at kjønnssrelasjoner er historisk spesifikke, har det vært mindre oppmerksomhet på at de også er *stedsspesifikke* (Jensen 2004). Når sted og regioner tidvis inngår i analyser av entreprenørskap, dreier det seg gjerne om geografiske forskjeller med hensyn til antall nyetablerte virksomheter og type virksomheter⁴¹.

⁴¹ Oftest i kvantitative studier

En tilnærming som etter hvert har fått bred tilslutning innebærer å se på steder som møtepunkter der sted representerer muligheter og barrierer for entreprenørskap. Her er nettverk sentralt (Massey & McDowell 1994).

Entreprenører selv påpeker at de oppfatter stedet som viktig (Berg og Foss 2002). Dette måtte være oppvekststed, utdannelsested, der en bor og lever, hvor nettverket er lokalisert og hvilke verdier og normer som er forankret i det rommet kvinner lever i (Jensen 2004). Hvordan stedets muligheter gjøres tilgjengelig for kvinner, hvilke forventninger det er til kvinner, graden av likestilling og kvinnelige rollemodeller, og plass i næringslivet, har mye å si for kvinnens entreprenørielle muligheter.

3.6 Hvordan bruke teorien videre

Jeg har i denne delen presentert de perspektiver og teorier jeg har funnet relevant for denne studien. De perspektiver jeg benytter er ment å vise at ulik forståelse av kjønn er fruktbart for den totale kunnskapsgenereringen om kvinnelig entreprenørskap.

En utfordring ved kjønnsforskning er fenomenet kjønnsreduksjonisme der alt blir et spørsmål om kjønn (Ahl 2002). . Faren kan være at det ses bort i fra at for eksempel klassetilhørighet, familieforhold, livsfase og sivilstand er en vel så viktig forklaring (Ljunggren 2002). Innen kjønnsforskning har det vært tendenser til å internasjonalisere funn i forskningen, der kvinne- og kjønnsforskningen har langt på vei behandlet kjønnsrelasjoner som universelle, og har i liten grad tatt hensyn til *stedskontekster* og *lokale variasjoner* (McDowell 1999). Men det er på slike lokale nivåer hverdagslivet utspiller seg. Det er her kjønnsrelasjonene omformes i møte med nasjonale føringer og velferdsmodeller i kombinasjon med det stedsspesifikke arbeidsmarkedet, lokale tradisjoner og kulturer (Jensen 2004). Ved at jeg benytter meg av forståelsen av kjønn som en sosial konstruksjon vektlegger andre faktorer enn bare kjønn i seg selv som viktige i synliggjøringen av kvinnelig entreprenørskap. Er det da mulig å finne ny kunnskap i skjæringspunktene mellom entreprenørskapsteoriene, eller er de ut fra rent epistemologiske⁴² hensyn uforenelige? Ved å sette spørsmålstegn ved kategoriene ”kvinnelige entreprenører” og ”mannlige entreprenører” åpner vi for at det kan være andre forskjeller som - avhengig av konteksten⁴³- spiller inn og gjør henholdsvis

⁴² "Epistemologi" betyr erkjennelsesteori, eller læren om hvordan vi får (sann) kunnskap om verden. Epistemologi – er den gren av filosofien som befatter seg med spørsmål om menneskelig kunnskap.

⁴³ Utdanning, tidligere arbeidserfaring, entreprenørielt miljø, rollemodeller og økonomiske konjunkturer er noen av mange forhold som virker inn på en entreprenørskapsprosess.

kvinnelige og mannlige entreprenører svært ulike. Tradisjonell entreprenørskapsteori ser bort fra kjønn, og kjønnsteori ser bort fra entreprenørskap (Sundin og Holmquist 2002).

Jeg har pekt på at bedriftsetableringer og entreprenørskapsprosessen ikke kan ses isolert, men må settes inn i en sosial sammenheng der samfunn, familie og kjønn er sentrale elementer. På lik linje med innovasjon er entreprenørskapet resultat av kompleks og interaktiv samhandling mellom flere aktører som er bærere av ulik kompetanse. Innhenting av ny kunnskap og teori er viktig og nettverk forsterker denne muligheten (Reve og Jakobsen 2001, Spilling 2000).

En tradisjonell oppfatning deler samfunnet inn i en offentlig og en privat sfære, der den offentlige sfære blir ansett som viktig for å forstå økonomi og arbeidsliv. Et slikt skille, mellom offentlig og privat, mellom arbeidsliv, familieliv og samfunn, er utilstrekkelig og til dels tilslørende (Ljunggren 2002). Dersom vi ser på hvordan folk *faktisk* organiserer hverdagslivet, er det tydelig at prosesser i familien, i hverdagen, blant venner, i arbeidslivet og i samfunnet er knyttet sammen. Livsløp, familiesituasjon og nettverk er viktige faktorer for å forstå entreprenørenes tilpasning og motivasjon og for å forstå økonomisk endring og utvikling (Ljunggren 1998). Det relasjonelle perspektivet fanger opp slike prosesser og faktorer.

Jeg har brukt flere perspektiver og teorier som jeg mener er relevant og nødvendig for forskningen – og studien av kvinnelig entreprenørskap. I mine valg av teori og perspektiver har jeg måtte være bevisst hvordan jeg skal bruke teoriene i mitt videre arbeid, hvilken hjelp og nytte jeg kan ha av dem og hvor er det de eventuelt ikke strekker til. Ut fra disse spørsmålene og sjekklistene har jeg kommet frem til teorier som jeg mener er fruktbare for denne studien.

Den kunnskapen jeg har tilegnet meg i denne delen av studien har lagt grunnlaget for de spørsmålene informantene ble stilt. Teorier om livsløp ble brukt der jeg søker å oppnå forståelse og innsikt om de faktorer og hendelser som ligger bak informantenes valg. Teorier om sted er relevant da jeg har valgt å konsentrere meg om Oslo. Hva sted betyr for kvinnene og bedriftene søker jeg å få svar på. Ved å inkludere kjønn vil jeg kunne få en bedre forståelse av hvem som er dagens (kvinnelige) entreprenører. Hvem de er, hvordan de kommer seg frem, hvordan de etablerer sine bedrifter og hvilke virkemidler⁴⁴ som er til stede. Dette vil være sentrale spørsmål i det videre arbeidet i studien.

⁴⁴ Eksempler på slike virkemidler er offentlige virkemidler som tilskudd, lån, egenkapital, informasjon, rådgivning, infrastruktur og nettverk under bl.a. Norges, Norsk Designråd, Norsk, SIVA, Innovasjon Norge, Innovasjon Norge

4. Kvinnelig entreprenørskap i Oslo

Hovedmotivet for denne studien er å diskutere hvorfor kvinner blir entreprenører og hva som ligger bak dette valget. Følgende vil kvinnelige entreprenører i Norge presenteres med noen fakta og statistikker. Formålet er å vise til trender innen kvinnelig entreprenørskap. Forskjeller mellom mannlige og kvinnelige entreprenører vil også bli berørt. Kapitlets hoveddel er en beskrivelse av mine informanter og deres foretak. Jeg vil videre diskutere om det foreligger entreprenørielle fortrinn i Oslo.

4.1 Hva viser statistikken?

I første kvartal i 2005 representerte kvinner 26,5 % av nyetableringene på landsbasis⁴⁵. Statistikk på kvinnelige etableringer er forholdsvis nytt i Norge. Spilling viser i en rapport om eierskap og roller for kvinner i næringslivet at kjønnsfordelingen er nærmest uendret de siste 5 årene. Kvinneandelen blant nyetablerere har kun økt med 2,2 % i perioden (NIFU rapport 2005).

Det er først om noen år vi vil kunne se adekvate statistiske trender og forskjeller basert på tall som tar for seg nyetableringer. Nyere statistikk inkluderer et bredere utvalg av næringer, særlig innen servicesektoren, som nå er vesentlig bedre dekket i den offentlige statistikken. Dette er sektorer hvor kvinner er sterkt representert.

I virksomheter som ble lagt ned hadde menn større andel underskudd (negativt resultat) enn kvinnene i 2004. SSBs statistikk om enkeltpersonforetak fra 1. kvartal i 2005 viser at menn står for 91 % av konkursene mens kvinner står for 9 % av konkursene. Dette underbygger det jeg har erfart i min studie, at kvinner søker sikkerhet i sine foretak og tar mindre risiko enn menn. Dette kan også forklares med at de største konkursene skjedde innen næringer hvor kvinner er lite representert⁴⁶.

4.1.1 Hvor etablerer kvinnene seg?

Tabell 4.1 viser hvor den største andelen kvinner etablerer seg. Kvinner etablerer flest nye virksomheter innen detaljhandel. De er i mindretall nesten over alt, med noen få

Invest AS, Statens Investeringselskap AS, Statens veiledningskontor for oppfinnere, såkornkapitalordningen og programmer i Norges forskningsråd.

⁴⁵ Tre av fire enkeltpersonforetak hadde mannlig innehaver første kvartal 2005.

⁴⁶ Bygg og anleggsbransjen (25,7 % av konkursene) med en kvinneandel på 1 %, transport og lagring og kommunikasjon (15 % av konkursene) med en kvinneandel på 2 %, eiendomsdrift og utleievirksomhet (18,7 % av konkursene) med en kvinneandel på 13 %.

unntak. Største andel kvinnelige innehavere finnes innenfor næringene helse og omsorg (50,5 %), og andre sosiale og personlige tjenester (52 %).

Tabell 4.1. Enkeltpersonforetak etter næring og kjønn på innehaver. 1. januar 2004 og 2005. Kilde SSB

Næring	2004			2005		
	Innehavere i alt	Kjønn		Innehavere i alt	Kjønn	
		Prosentdel kvinner	Prosentdel menn		Prosentdel kvinner	Prosentdel menn
I alt	135 786	24,1	75,9	155 488	25,7	74,3
Bergverksdrift og utvinning	300	14,3	85,7	318	14,2	85,8
Industri	9 222	22,3	77,7	9 842	23,1	76,9
Kraft- og vassforsyning	39	2,6	97,4	40	2,5	97,5
Bygge- og anleggsvirksomhet	24 241	1,1	98,9	25 979	1,2	98,8
Varehandel, reparasjon av motorvogner, husholdsvarer og varer til personleg bruk	22 107	30,7	69,3	23 694	31,3	68,7
Hotell- og restaurantvirksomhet	4 105	39,6	60,4	4 297	40	60
Transport, lagring og kommunikasjon	14 821	8,1	91,9	15 801	8,7	91,3
Finansiell tjenesteyting og forsikring	161	6,2	93,8	215	7,4	92,6
Eiendomsdrift, utleievirksomhet og fritidsmessig tjenesteyting	33 241	21,5	78,5	40 087	22,6	77,4
Undervisning	1 809	36,2	63,8	2 843	39,8	60,2
Helse- og sosialtjenester	11 648	47,1	52,9	14 680	50,5	49,5
Andre sosiale og personlige tjenester	13 802	53,4	46,6	17 533	52	48
Lønt arbeid i private hushold	57	43,9	56,1	57	43,9	56,1
Uoppgitt	233	26,6	73,4	102	29,4	70,6

Tabellen viser at kvinner etablerer seg hovedsakelig innenfor tradisjonelle kvinneyrker og næringer assosiert med høy kvinnedeltakelse. I dette gjenkjennes typiske kjønnsrollemønstre i arbeidsmarkedet. Den ”naturlige” mekanismen er at en person etablerer egen forretningsmessig virksomhet innenfor en sektor vedkommende har et forhold til. Arbeidsmarkedet er i stor grad kjønnsdelt der menn og kvinner rekrutteres til ulike typer arbeid (Jensen 2004). Menn er som tidligere påpekt fullstendig dominerende som innehavere i for eksempel enkeltpersonforetak innenfor næringene: bygg- og anleggsvirksomhet (98,8 %), finansiell tjenesteyting og forsikring (92,6 %) (Aetat 2005). Kvinner går i stor grad inn i varehandel, hotell og restaurant, landbruk, samt personlig og privat tjenesteyting. Flere studier viser at virksomheter ledet av menn har høyere omsetning, flere ansatte og høyere vekst enn virksomheter ledet av kvinner. Her er det selvsagt unntak, men i de fleste tilfeller er dette tilfellet (Spilling 2005, SSB 2005).

4.2 Er det entreprenørielle fortrinn i Oslo?

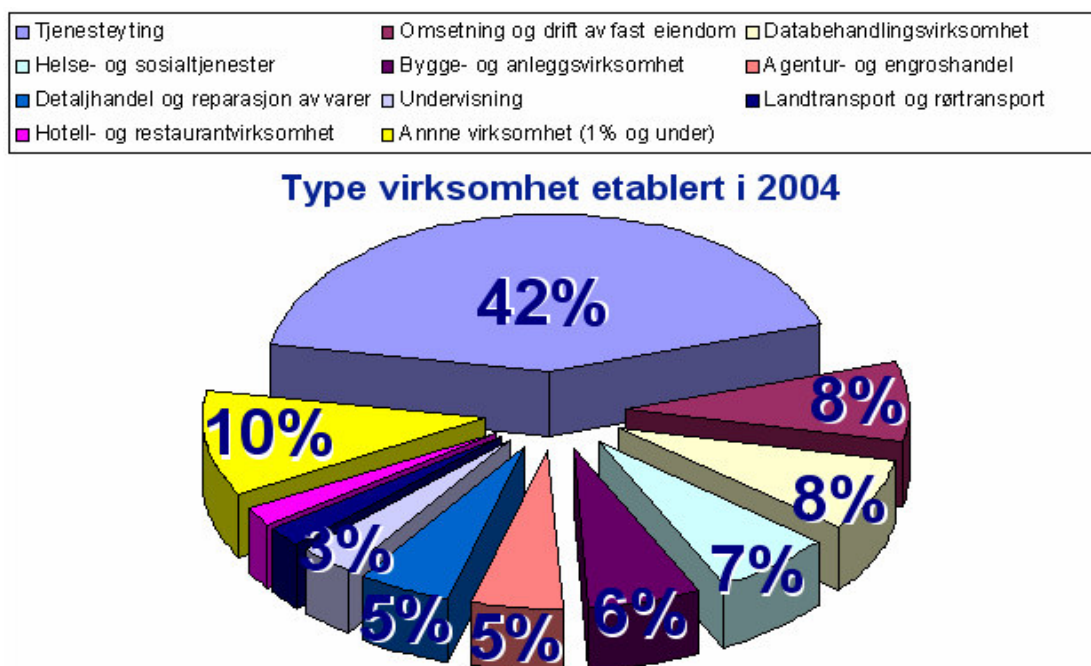
I teorikapitlet diskuterte jeg de ulike faktorene som beskriver et steds entreprenørielle klima. Hvorvidt Oslo har et godt entreprenørielt klima vil jeg diskutere i denne delen av studien. Urban kontekst med stor befolkningstetthet, stor lokal etterspørsel og en

bedriftskultur dominert av småbedrifter er i tidligere studier trukket frem som viktige regionale forutsetninger for etablering og utvikling av bedrifter (Reynolds m.fl. 1999).

Oslo har i dag den største andelen nyetableringer i landet (SSB 2005). Det er også her kvinneandelen er størst. Årsaken til dette skal jeg forsøke å belyse nedenfor.

Osloregionen har et spesialisert næringsliv, framtrædende undervisnings- og forskningsinstitusjoner og gode kommunikasjoner både til inn- og utland (Oslo Teknopol 2005⁴⁷). Det er et dynamisk miljø med gode koblingsmuligheter og den største andelen av midlene⁴⁸ innen innovasjon havner i Osloregionen (STEP 2003). Særlig Oslo by har et stort lokalt markedsgrunnlag som gir gode muligheter for etablering av spesialiserte vare- og tjenesteproduksjoner. På grunn av et høyt folketall og økende tilflytting har denne regionen et helt annet markedsgrunnlag enn andre regioner i Norge (Bolkesjø og Brun 1997). Regionen er kjennetegnet ved en høy andel tjenesteytende næringer. For forretningsmessig tjenesteyting er Oslo og Bærum klart på topp i landet (Bolkesjø og Brun 1997, SSB 2005). God kunnskapsbasis og nettverk innen bransjer eller nisjer er viktige (Spilling 1998). God tilgang til kunder er alfa og omega for vellykket etablering og drift (Oslo Teknopol 2005). Oslo har etter min vurdering et godt entreprenørielt klima. Hvordan kvinner utnytter mulighetene i denne regionen vil jeg diskutere i kapittel fem. Figur.4.1 nedenfor viser en oversikt over fordeling av næringer i Oslo 2004.

Figur 4.1. Type og antall etableringer i Oslo. Kilde: Næringsetatens Servicekontor



⁴⁷ www.osloteknopol.no

⁴⁸ Med tunge midler viser jeg til såkorn og venture kapital som investeres i nyetableringer.

Av de 9371 nye foretakene som ble registrert i Oslo i 2004, ble 42 % registrert under Tall fra 2004 viser at det har vært en sterk økning i antall nyetableringer i Oslo⁴⁹ (Næringsetatens Servicekontor 2005). I 2004 ble 14.554 nye foretak registrert i Enhetsregisteret i Brønnøysund for Oslo og Akershus. Av disse ble 9.371 registrert i Oslo, noe som utgjør en økning fra året før på 10,1 % (SSB).

Den største andelen er innen tjenesteytende virksomhet (annen forretningsmessig tjenesteyting, kulturell tjenesteyting, databehandling og helse- og sosialtjenester). Dette viser at de næringene som er dominerende i regionen og som opplever mest vekst er også de samme næringene som majoriteten av kvinner etablerer seg innenfor (SSB 2005).

En studie av nyetableringer i Oslo og Akershus som ble foretatt i perioden 1998-2000 viser ulike karakteristika av nyetableringene vedrørende størrelse, bransje og innovasjonsnivå. Hensikten med studien var å finne ut i hvilken grad nyetableringene var basert på innovasjon. I en spørrestudie til bedriftene konkluderes det med at rundt 30 % av nyetableringene markedsfører et nytt produkt eller tjeneste, rundt 40 % et forbedret produkt eller tjeneste, mens resten ikke er innovative (Bolkesjø 2001). Over halvparten av bedriftene hadde færre enn fire ansatte på etableringstidspunktet, i gjennomsnitt 3,4 personer. Dette bekrefter at det er en overvekt av små og mellomstore bedrifter som etableres. Regionen kan sies å ha en høy nyskappingsgrad, men mangler radikale innovasjoner (Bolkesjø 2001).

Hvordan mine funn stemmer overens med trekkene ved denne regionen vil jeg se nærmere på i kapittel fem.

4.2.1 Kvinnene i denne regionen

I mye større grad enn menn etablerer kvinner seg i sentrale strøk. Oslo, Bærum, Asker, Oppegård og Stavanger er blant landets "10 på topp" når det gjelder kvinners totale andel av enkeltpersonforetak (Lindorff Decision 2005).

Likestillingsindeksen for 2004 viser at det er store forskjeller mellom fylkene. Av fylkene finner vi Oslo og Akershus på topp med henholdsvis 3,3 og 2,9 poeng totalt. Gjennomsnittet for hele landet er 2,5 poeng. Maksimal score er 4 poeng, mens dårligste score er 1 poeng.

⁴⁹ Dette gjelder for begge kjønn

Tabell 4.2: Likestillingsindeks rangert etter utvalgte fylker. Kilde: SSB

	Indeks	Barnehage- Dekning	Kvinnelige kommunestyre representanter	% kvinner med høyere utdanning	Kvinner per 100 menn	Kvinner i arbeidsstyrken	Inntekt
Hele landet	2,5	2,6	2,5	2,6	2,5	2,5	2,6
Oslo	3,3	3	4	2,5	4	3	3
Akershus	2,9	2	3,2	2,5	4	3	3
Vest Agder	1,8	1,7	2	2,4	2,1	1,4	1,4

Likestillingsindeksen viser en stor grad av likestilling i Oslo. Dette er en viktig faktor for at andelen kvinnelige entreprenører er høyere her enn ellers i landet. En annen forklaring kan være det høye antallet høyskoler og universiteter.

Sjansen for å få økonomisk støtte til etablering av egen virksomhet for kvinner er mye større i distriktene. Men dette forholdet påvirker ikke tendensen til å etablere seg sentralt. At kvinners verdiskaping er sterkt konsentrert i urbane strøk, bekreftes i NIFU rapporten (Spilling 2005). Rapporten viser at kvinnelige entreprenører er på forsiktig fremmarsj i Oslo og Akershus.

Dette kan forklares med tilgangen på nettverk. I Osloregionen finnes det flere former for møteplasser⁵⁰ hvor entreprenører, næringsliv, forskning og kapital kommer i kontakt med hverandre. Ser vi på deltakelsen på disse arenaene kommer det frem at kvinner fortsatt har et stykke igjen før de utnytter de forretningsmessige relasjonene optimalt.

4.3 Presentasjon av studiens informanter og resultater

I det følgende vil jeg diskutere resultatene fra studien og intervjuene. Funnene er tematisk delt inn i fire⁵¹ og søker å belyse hvilke faktorer som påvirker kvinners etablering av næringsvirksomhet i Oslo. I dette kapitlet vil jeg presentere hvem de er, og hva de gjør. Hvorfor de ble entreprenører, og hvordan etableringsprosessen forløp, vil beskrives og analyseres i kapittel fem.

4.3.1 Dette er mine informanter

De 16 deltakerne i studien er alle sterke personligheter med klare mål for sin bedrift. De er bestemte med hensyn til hvordan de vil kombinere arbeid med fritid og familie. Det er ulik grad av vekstambisjoner og størrelse på bedriftene, men et fellestrekk er at de er

⁵⁰ Sentrale møteplasser i Osloregionen er First Tuesday Oslo, CONNECT Østlandet, SMB-forum for teknologibedrifter, Update, Ny venture Lab. Com og EU innovasjon.

bevisst sin rolle som entreprenør. Gjennomsnittsalderen for deltagerne er ca 36 år ved etablering⁵². De fleste er gift eller samboer. De har i snitt 1,3 barn. 14 av informantene oppgir at de har minst fire år eller mer med høyere utdanning. For studien er det interessant at halvparten har samfunnsvitenskapelig eller humanistisk utdanning. Dette er etter hva jeg har erfart en utdanning som generelt ikke er kjent for å være særlig entreprenøriell (Sundin & Holmquist 2002). Tretten av informantene er førstegangsetablerere og har lang erfaring fra arbeidslivet. Fire av deltakerne etablerte sin første bedrift for 15-17 år siden. Gjennomsnittet for de resterende bedriftene er fire år. Mange er daglig leder av bedriften, men sammenblander roller som leder, produsent, selger og servicearbeider. Omsetningen for bedriftene var i 2004 på 1,45 mill kroner. Alle bedriftene har mellom null til fem ansatte, med unntak av én som har tretti ansatte. Seks jobber internasjonalt, flere ønsker å følge etter.

4.4 Hvem er de?

I det følgende vises en oversikt over informantenes alder, utdanning og sivilstatus.

Tabell 4.3 Samlet oversikt over studiens informanter.

Informant	Etablerte	Alder ¹	Sivilstatus	Utdanning	Fire år+ 2	Barn
1	1990	40	Skilt	Humanistisk/ Samfunnsvitenskaplig	ja	2
2	2003	35	Skilt	Humanistisk/ Samfunnsvitenskaplig	ja	1
3	2000	32	Samboer	Økonimisk	ja	0
4	1997	37	Gift	Dramautdanning	ja	2
5	1998	42	Skilt	Naturvitenskaplig	ja	2
6	2002	35	Gift	Siviløkonom	ja	0
7	2000/2002	29	Gift	Samfunnsvitenskaplig	ja	2
8	2003	40	Samboer	Siviløkonom	nei	2
9	1997	44	Skilt	Humanistisk/ Samfunnsvitenskaplig	nei	2
10	2002	30	Gift	Samfunnsvitenskaplig	ja	1
11	2003	31	Samboer	Juridisk	ja	0
12	1999	37	Ugift	Samfunnsvitenskaplig	ja	0
13	2004	44	Samboer	Siviløkonom	ja	0
14	2001	38	Gift	Humanistisk/ Samfunnsvitenskaplig	ja	3
15	2002	37	Gift	Ingen formell utdanning	nei	2
16	2000/2002	30	Gift	Samfunnsvitenskaplig	ja	2
1 Alder ved etablering						
2 Mer enn fire år med høyere utdanning						

Med tabellen som utgangspunkt vil jeg beskrive mine informanter nærmere. Jeg vil også vise til offentlige tall og statistikker som omhandler kvinnelig entreprenørskap. Dette er

⁵¹ 1. hvem er de, 2. hva gjør de, 3. hvorfor ble de entreprenører og 4. hvordan forløp etableringsprosessen?

⁵² Gjennomsnittlig alder ved intervjuer foretatt i 2004 og 2005 var 42 år.

Ved etablering av bedriften var snittet 36 år der eldste var 44 og yngste 28 år ved etableringen.

en kvalitativ casestudie og jeg søker ikke representativitet, men jeg synes det er interessant å se på hva som kjennetegner kvinner på landsbasis i forhold til hva mine funn viser.

4.4.1 Alder ved etablering

Gjennomsnittsalderen blant informantene var ca 36 år ved etablering. Av disse var den eldste 44 år og den yngste 28 år. Tabellen nedenfor viser fordelingen av alder blant etablererne i Norge.

Tabell 4.4. Aldersfordeling for menn og kvinner blant entreprenører i Norge per 01.01 2005. Kilde: SSB

Innehavere i enkeltpersonforetak, etter kjønn og alder. 1. januar 2005					
Alder	Innehavere i alt	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
				%	%
I alt	155 488	39 904	115 584	100,0	100,0
16-24 år	6 002	1 609	4 393	4	3,8
25-44 år	75 325	21 658	53 667	54,3	46,4
45-66 år	68 127	15 694	52 433	39,3	45,4
67 år og eldre	6 034	943	5 091	2,4	4,4

Majoriteten av entreprenører i Norge er i midten av 30 årene. Dette gjelder både for menn og kvinner (Alsos og Ljunggren 2000). Menn er noe yngre enn kvinner når de etablerer eget foretak. Dette forklares ut fra kvinnes livssituasjon – fødsel og perioden hjemme med småbarn.

I SND⁵³ studien fra 2003 med et utvalg på 78 kvinner var gjennomsnittet 44 år. Internasjonale studier viser at kvinnene er rundt 41 år når de etablerer egen bedrift (Massey 1995, OECD rapport 2004). Det er flere forklaringer til dette. En forklaring er at entreprenørskap lenge har vært forbeholdt menn. Da kvinnene gikk ut i arbeid var ikke entreprenørskap et naturlig alternativ. Tradisjonelt har yrkesaktive kvinner blitt rekruttert til offentlig sektor. Dette gjelder særlig for de nordiske land (Ljunggren 2002).

Fire av mine informanter er intensjonelle entreprenører fordi de hadde bestemt seg tidlig for å etablere egen virksomhet. De hadde et par års arbeidserfaring, og senere etterutdannelse med særlig vekt på økonomi og salg. De var opptatt av å få relevant erfaring før bedriften kunne etableres.

4.4.2 Sivilstatus og familiesituasjon

Halvparten av informantene har vært gift siden de etablerte bedriften. Elleve av kvinnene bor sammen med ektemenn eller samboer. To var gift ved etablering av foretaket og

senere skilt. Kun én av informantene oppgir at hun måtte velge mellom ekteskapet og bedriften. Hun valgte bedriften.

Både i denne studien og andre norske studier (Alsos og Kolvereid 2001, Drake og Solberg 2003), oppgir informantene at støtte fra ektemann og samboer har vært viktig. Mange av ektefellene har arbeidserfaring fra salg og markedsføring og har på denne måten kunne hjelpe til i etableringsfasen. Fire av kvinnene har fått direkte økonomisk støtte ved at mannen har investert i bedriften.

Studier fra både Sverige og Norge viser også at entreprenører ofte er gift eller samboende (Holmquist 2002, Drake og Solberg 2003). Men kvinner og menn har ulike oppgaver i hjemmet. Ett av områdene hvor kvinnene merker at virksomheten tapper dem for tid og krefter, er utførelsen av de daglige arbeidsoppgaver i hjemmet. Det er forbausende lite endringer i arbeidsfordelingen i hjemmet etter at kvinnene etablerer egen virksomhet. En dansk studie viste at tre fjerdedeler av kvinnene som bor sammen med menn sier at hovedansvaret for husarbeidet er deres også etter at de etablerer egen virksomhet. Underveis skjer det gradvise endringer, men det er ikke snakk om store forandringene i arbeidsdelingen (Carlsen 1988). Siden ansvaret for familie og hjem ikke endres, er det være vanskelig å finne tid og mulighet for å satse ytterligere for å få bedriften til å vokse. Ønsket om vekst er til stede, men det lar seg ikke gjennomføre i praksis.

Samspillet mellom foretak og familie er sentralt og familiesituasjonen kan i noen tilfeller forklare hvorfor kvinner etablerer enkeltpersonsforetak. Kvinnene er bevisst på at det er en viktig utfordring og balanse som de ønsker å få til (Spilling 2001). Dette bildet er selvsagt nyansert. Det finnes også gode eksempler på at menn innretter seg og tar familiemessige hensyn. Men hovedtendensen er klar. Spilling (2001) hevder at det går et skille mellom kvinner og menn med hensyn til å skape balanse mellom jobben og hjemmet. Det er en kjensgjerning at kvinner i større grad enn menn tenker helhet og tar familiemessige hensyn når de driver næringsvirksomhet. Kvinner ser i større grad ulike sider av livet og setter dette i sammenheng, og gjør tilpasninger på tvers av grensene. I faglitteraturen refereres dette til det *integreerte perspektivet* som innebærer at kvinner i større grad enn menn tilpasser sin rolle som næringsdrivende eller leder til den familiemessige situasjonen de er i (Alsos og Kolvereid 2003).

⁵³ Kvinner, innovasjon og kommersialisering», SND-rapport nr. 1 2003

4.4.3 Barn

I teorikapittelet berørte jeg omsorgsrasjonalitet som er sterkt til stede hos kvinnelige entreprenører. For kvinnelige entreprenører vil kombinasjonen av små barn og egen virksomhet medføre store utfordringer som lønnstakere ikke opplever i like sterk grad.

Særlig informantene som tidligere var ansatt i offentlig sektor (fire av kvinnene) merket stor forskjell. Noe av det de savner mest er tryggheten for seg selv og barna. Tilleggsforsikringer er dyre og det er dårlige trygdeordninger for de som har barn. Likevel vil de ikke bytte bort den friheten de føler ved å drive egen virksomhet. De stiller spørsmål om hvorfor det ikke kan være samme ordninger for selvstendig næringsdrivende og lønnsmottagere.

Å kunne dele ansvar med ektefelle og samboer har vært viktig. Av informantene som hadde barn før og under etablering, oppgir ni at de fortsatt har hovedansvaret for barna.

I forskning på kjønn og entreprenørskap framkommer det at omsorg for barn, og særlig for små barn, er en avgjørende årsak til at kvinner starter for seg selv (Berg og Foss 2002). I min studie er ikke dette tilfelle. Informantene ga heller uttrykk for at det var vanskeligere å ta seg av barna som selvstendig næringsdrivende enn som arbeidstaker. Det er ingen andre som kan ta jobben for at de kan ta seg fri til å passe barna. Det var derfor viktig å sette av kvalitetstid til familien når de først var hjemme. På spørsmål om det er vanskeligere å kombinere barn og familie med entreprenørskap enn som ansatt, var svaret hos de aller fleste ja.

Det er helt klart vanskeligere å ha barn for entreprenører enn lønnstakere. Skal man etablere eget og har små barn, må man vurdere nøye hva en ønsker. Skal du drive helt alene er det nærmest urealistisk med småbarn. Jobben kommer uansett til å gå ut over noe. Det er eksempler på mannlige entreprenører som har hjemmeværende kone. Motsatt er ikke dette tilfelle (informant seks).

Å være mor krever mye, uansett hvor du er i livet. Jeg er også mor for bedriften, og den har ingen andre enn meg. Barna går først, men det er vanskelig å ta fri når det ikke er noen andre enn meg. Fordelen er at jeg kan jobbe hjemmefra, men dersom vi begge, jeg og barnet, eller bare jeg blir syk, er det ingen sykepenger å snakke om (informant tre).

Informantene påpekte at det fortsatt er forskjellige samfunnsmessige forventninger knyttet til kvinner og menns karriere. Informantene hadde fortsatt det primære ansvaret for barna. Det har vært store utfordringer å kombinere morsrollen og entreprenørrollen.

4.4.4 Utdanning

Tretten av informantene har over fire år med høyere utdanning. Ser vi på statistikken nedenfor med tall fra 2003, har kvinnelige entreprenører i Norge høy utdanning.

Tabell 4.5. Innehavere i enkeltpersonforetak, etter kjønn og utdanningsnivå 2003. Kilde SSB

Utdanning	Innehavere i alt	Kjønn		Kjønn, % fordeling	
		Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
I alt	26 279	8 295	17 984	100,0	100,0
Grunnskole	1 741	427	1 314	5,1	7,3
Videregående	13 350	3 675	9 675	44,3	53,8
Høyere utdanning, lav ¹	6 760	2 771	3 989	33,4	22,2
Høyere utdanning, høy ²	2 838	1 005	1 833	12,1	10,2
Annen	1 590	417	1 173	5	6,5
1. Inntil fire år med studium ved universitet eller høyskole.					
2. Over fire år med studium ved universitet eller høyskole.					

Flere kvinner⁵⁴ enn menn har i dag universitets- eller høyskoleutdanninger på inntil fire år som høyeste fullførte utdanning. Blant innehavere av enkeltpersonforetak på landsbasis, har rundt 33 % av kvinnene høyere utdanning, og ca 22 % av mennene (SSB 2004).

I arbeidet for et likestilt samfunn, legges det vekt på å forstå hvilke prosesser som fører til at unge menn og kvinner fortsetter å være tradisjonelle i sine utdanningsvalg. Utdanning er viktig for studentenes framtidige muligheter i arbeidsmarkedet (Arnesen og Støren 2003). Det legges vekt på at mye av utfordringen for å øke andelen kvinnelig entreprenører i Norge ligger innen utdanning. Norge har en segregert utdanning. Spesielt i de yrkesfaglige studieretningene foretar jenter og gutter tradisjonelle valg. Kvinner utgjør 92 % på studieretningen helse- og sosialfag. Kvinnene er også i klart flertall på de estetiske studieretningene (SSB 2004). På handelshøgskolene i Norge er andelen kvinnelige studenter bare 30 %.

Forskjellige utdanningsvalg gjør at jenter og gutter havner i ulike bransjer. Svært mange av bransjene kvinner arbeider i regnes som lite nyskapende. Kvinner utdanner seg i stor grad til jobber i offentlig sektor. Menn derimot utdanner seg til privat sektor der de lærer å drive egen bedrift i et privat marked (Ljunggren i Kilden 2003). En ansatt i offentlig sektor forholder seg ikke på samme måte til dette.

Ljunggren (2002) mener de tradisjonelle valgene skyldes at forståelsen av kjønn ikke har endret seg så mye, selv om samfunnet er blitt mer likestilt. Våre forestillinger om hva som passer for kvinner og hva som passer for menn er seiglivet.

⁵⁴ I dag er 60 % av studentene ved Universiteter og høyskoler kvinner (Drake og Solberg 2003, SSB, 2004).

Informantene var enige i at det er store forskjeller mellom de ulike fagene og de mulighetene disse gir. Kvinnene med erfaring innenfor økonomi og markedsføring hadde mye bedre kjennskap til entreprenørskap, og til å etablere egen bedrift enn de som har annen akademisk bakgrunn. De hadde fortrinn ved at de kjente bedre til de ulike miljøene og reglene rundt det å etablere eget. Som en reaksjon på den lave andelen entreprenører med humanistisk og samfunnsvitenskapelig bakgrunn har to av informantene, begge med sosialantropologi som utdanning, gått sammen med Innovasjon Norge (tidligere SND) og Gründerskolen ved Universitet i Oslo om å starte et kurs som har til hensikt å fremme entreprenørskap innen disse fagretningene. Jeg vil i denne forbindelse presentere bedriften Kulturell Dialog AS som er resultatet av studenter som ønsket å benytte sin samfunnsvitenskapelige utdanning og integrere den i næringslivet. Kvinnene i denne bedriften ser ikke på utdanning som et hinder til entreprenørskap. Utfordringen ligger i å få studentene til å se muligheter og kommersialiseringspotensial i egen utdanning og fagtradisjon. Etablererne bak Kulturell Dialog AS etablerte firmaet rett etter endt utdanning. Slik sett skiller de seg fra den typiske kvinnelige entreprenøren, som ofte har flere års arbeidserfaring før de etablerer eget.

Kulturell Dialog AS

Type foretak:

Kulturell Dialog ble grunnlagt i januar 2000 med organisasjonsformen delt ansvar (DA). 14.8.2003 ble virksomheten omgjort til et aksjeselskap. Kulturell Dialog ledes av tre kvinner, alle sto sammen om etablering av virksomheten. De har i dag fem årsverk. Eierandelen er fordelt mellom de tre kvinnene som etablerte virksomheten. To med 33.33 % og den tredje, som også er styrets leder, har 33.34 % eierandel.

Hva gjør de:

Målet med virksomheten er å bruke antropologiske perspektiver og metoder i arbeidslivet.

Kulturell Dialog AS er fageksperter innen kultur og kommunikasjon. Deres tjenester retter seg mot innovasjonsprosesser, flerkulturell kommunikasjon og kulturbygging.

Produkt: Rådgivning, utredning, undervisning og prosjektledelse

Bedriftsidé: Sosialantropologisk konsultantselskap

Næring: Tjenesteytende næring

Omsetning:

I 2003 hadde de en driftsinntekt på én million, 2004 to millioner, og forventet en omsetning i 2005 på ca tre millioner.

Utdannelse:

Alle har hovedfag sosialantropologi ved Universitetet i Oslo

Hvordan etablerte de bedriften:

To var 29 og en var 30 år ved etableringen. De etablerte bedriften rett etter endt utdanning. De søkte om støtte, men fikk avslag. De tigget møbler og brukte PC utstyr fra venner og bekjente. De fungerte som "sentralbord" for de som de delte lokaler med de første seks månedene. For dette fikk de gratis kontorlokaler i denne perioden. Ellers benyttet de egne midler; penger igjen på skatten, flyttet hjem til foreldre for å spare penger, og fikk låne av nærmeste familie.

Etter ett år startet de et reisebyrå sammen med noen andre, hvor de jobbet deltid. Dette ga dem inntekter til å jobbe med utviklingen av Kulturell Dialog. Reisebyrået førte til at faste og variable kostnader i forbindelse med etableringen av Kulturell Dialog sank.

Hva var motivasjonen:

Hovedmotivasjonen var at de hadde kompetanse og utdanning som de ønsket å benytte. Arbeidsmarkedet hadde ingen spennende jobber å tilby. Alternativet var derfor å etablere eget.

Andre aktiviteter:

Kulturell Dialog har sammen med Gründerskolen i Oslo etablert et prosjekt ved Universitetet i Oslo. Humsam er et kurs for studenter med samfunnsvitenskapelig og humanistiske fag, der de lærer å etablere egen virksomhet og se entreprenørpotensialet i egen utdanning. De er også engasjert i Akademikerbedriftssatsingen til Innovasjon Norge i Oslo og Akershus.

4.5 Hva gjør de?

I denne delen vil jeg presentere de ulike forretningsideer og innovasjoner som lå til grunn for informantenes etablering og deres virksomheter. Jeg vil presentere deres produkt, produkt idé, bransje de jobber innenfor og hva som kjennetegner bedriftene med hensyn til omsetning og antall ansatte.

Jeg har gjennom intervjuene lyttet med et åpent sinn til kvinnenes egne definisjoner og historier om innovasjon. Et lite antall av bedriftene kan beskrives ut fra en tradisjonell definisjon om innovasjon. For mange av informantenes virksomheter er det menneskelig kommunikasjon og organisasjonsutvikling som står sentralt. Tre av bedriftene kan karakteriseres som radikale innovasjoner. De er basert på forskning og representerer helt nye kombinasjoner av menneskelige og materielle ressurser.

Den største andelen av innovasjonene er inkrementelle og er innen konsept og nisjeprodukter av ulike varer og tjenester.

Tabell 4.6 Oversikt over informantenes virksomheter. Kilde: Intervjuer med informantene

Informant	Foretak	Næring	Produkt	2004 ²	2005 ³	Ansatte	Erfaring ⁴
1	ENK	Andre sosiale og personlige tjenester	Kompetanseutvikling	300.000 KR	300.000	0	10
2	ENK	Finansiell tjenesteyting	Opplæring, finansiering, konsulenttjenester	300.000 KR	350.000	0	11
3	AS	Forretningsmessig tjenesteyting	Softwareprodukter, IT, telecom	3,2 MILL. KR	80. MILL.	30	8,5
4	AS	Varehandel	Varer til personlig forbruk og helse	700.000 KR	1 million	2	15
5	AS	Varehandel	Agentur med maskiner, produkt utstyr	4,3 MILL. KR	ca 4 MILL.	2	20
6	ENK	Forretningsmessig tjenesteyting	Coaching	2,1 MILL. KR	800.000	0	5
7	AS	Forretningsmessig tjenesteyting	Kompetanseutvikling	1,76 MILL. KR	3 MILL.	4	2
8	ENK	Andre sosiale og personlige tjenester	Coaching	600.000 KR	600.000	5	15
9	AS	Varehandel	Salg av helse og skjønnhetsprodukter	2,4 MILL. KR	3 MILL.	2	20
10	ENK OG AS	Andre sosiale og personlige tjenester	Coaching	400.000 KR	400.000	0	17
11	AS	Forretningsmessig tjenesteyting	Juridisk rådgivning	700.000 KR	900.000	4	5
12	ENK	Forretningsmessig tjenesteyting	Coaching	500.000	800.000	0	15
13	AS	Forretningsmessig tjenesteyting	Coaching	800.000 KR	800.000	1	20
14	ENK	Andre sosiale og personlige tjenester	Rådgiver, konsulent, nettsted, formidler	300.000 KR	300.000	0	12
15	AS	Forretningsmessig tjenesteyting	Konsulent	800.000 KR	1 MILL.	0	15
16	DA og AS	Forretningsmessig tjenesteyting	Kompetanseutvikling	1,76 MILL. KR	3 MILL.	4	1
1 ENK er enkeltpersonforetak. AS er Aksjeselskap DA er selskap med delt ansvar							
2 Omsetning 2004							
3 Forventet omsetning 2005							
4 antall år som arbeidstaker							

4.5.1 Type foretak

Blant informantene er syv av foretakene etablert som enkeltpersonforetak⁵⁵. I Skattedirektoratets momsregister i 2000 var hele 71 % av de kvinnelige entreprenørene i denne gruppen. Dette er den typiske organisasjonsformen blant kvinner som etablerer egne foretak (Spilling 2002).

⁵⁵ Enkeltpersonforetak er et ansvarlig selskap med én eier. Selskapsformen er ikke regulert ved egen lov. Det stilles ingen krav til kapitalinnskudd eller hvordan foretaket skal organiseres og styres. Eieren belastes den skatt selskapet ilignes. Ved en eventuell konkurs, står eieren personlig ansvarlig for at gjelden blir betalt og hefter med hele sin formue for selskapets gjeld.

Tabell 4.7. Personlig eide foretak i Norge etter kjønn og bakgrunn per 1. kvartal 2005. Kilde. SSB

Organisasjonsform	Foretak i alt	Innehavere i alt	Landbakgrunn							
			Norge		Vestlige land utenom Norge		Ikke-Vestlige land		Bor i utlandet	
			Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
I alt	168 699	189 843	23,2	68,1	1,1	2,4	1,3	3,4	0,1	0,4
Ansvarlig selskap ¹	7 173	18 263	24,8	67,7	0,7	1,4	0,8	2,5	0,1	0,5
Selskap med delt ansvar	6 038	16 092	22,5	70,6	0,8	1,5	1	3,1	0,1	0,4
Enkeltpersonsforetak	155 488	155 488	23	67,7	1,1	2,6	1,4	3,6	0,1	0,4

¹ Foretak med kun juridiske personer (foretak) som deltagere, og uten deltageropplysninger, er holdt utenfor denne statistikken.

De fleste som oppgir enkeltpersonforetak som organisasjonsform har valgt dette enten fordi de ikke har råd til å ansette flere i bedriften, eller at de ikke har ønske om å gjøre bedriften større. Eieren av et enkeltpersonforetak har ikke krav på arbeidsledighetstrygd. Eieren får grunnlag for sykepengen fra folketrygden, men bare 65 prosent fra dag 15. Enkeltpersonsforetak gir ikke eieren de samme rettigheter som de ansatte. For kvinner med barn er det en ulempe å starte enkeltpersonsforetak siden de sosiale trygdeordningen er langt dårligere for denne type foretak enn for eksempel et aksjeselskap.

De ni informantene som har aksjeselskap har alle til felles at de først etablerte et enkeltpersonsforetak og siden etablerte AS etter at de er ferdig med småbarn. De ønsket å utvide bedriften og det var naturlig å etablere et AS. Informantene med lang arbeidserfaring var veldig bevisst valget om å etablere et AS. De hadde satt seg nøye inn i regelverket og så det mest hensiktsmessig og økonomisk å etablere et aksjeselskap. Å etablere virksomheten som et aksjeselskap innebærer mindre personlig risiko. Da de fleste har ansatte, eller ambisjoner om å utvide foretaket, er denne organisasjonsformen mer egnet enn et enkeltpersonforetak.

Å etablere et aksjeselskap avhenger også av hvor høy kapital etablereren har tilgang til i etableringsfasen. Romslig startkapital gir det en viss sikkerhet og trygghet, og mulighet til å ta ut lønn de første månedene. En vesentlig fordel ved å etablere AS er at de sosiale trygdebetingelser er bedre⁵⁶. Dette vil ha stor betydning for kvinner med egne barn.

⁵⁶ Et aksjeselskap er et selskap med begrenset ansvar. Det betyr at eierne i alminnelighet bare hefter for det beløp de har skutt inn som aksjekapital. I henhold til den nye aksjeloven skal aksjekapitalen i private aksjeselskap – AS, være på minst 100 000 kroner, mens aksjekapitalen i almenne aksjeselskaper – ASA, skal være på minst én million kroner. Selskapet betraktes da som en selvstendig juridisk enhet. Kilde: www.aetat.no

4.5.2 Ansatte

Blant informantenes bedrifter er det syv som ikke har ansatte. Av disse er det tre foretak som ønsker å utvide, men ikke på noen år. Resten har ikke ønske eller ambisjoner om å utvide. De har etablert bedriften selv og ønsker å fortsette å ha det slik. Det er heller ikke behov for en ansatt. Da jeg spurte om det var høye kostnader forbundet med å ha ansatte kom det frem at det var en viktig årsak til at de ikke har ansatte

Vekst er vanskelig for da må man ansette folk, hvilket er veldig risikabelt. Hvis en ansatt blir syk i fjorten dager koster det fort 30 000 inkl. arbeidsgiveravgift. Jeg tør derfor ikke ansette (informant åtte).

En av informantene foreslo at for å møte dette problemet burde det ikke være arbeidsgiveravgift de første årene for et foretak. Slik ville det bli mulig for en bedrift å vokse og ha større mulighet for å overleve etablerings og oppstartsfasen. Det er generelt få bedrifter som går i pluss de første tre årene (NHO 2004). Dette problemet har flere av informantene løst ved å bruke nettverkene sine ved større leveranser. De er flinke til å velge gode underleverandører. De setter ut tjenester de selv ikke kan levere. Slik mener de at de sikrer best kvalitet, og sikkerhet for sine produkter og tjenester.

Informant fire har outsourcet fabrikkseffeksjonen. Hun kan på denne måten bruke sin egen tid på salg og markedsføring.

Tabell. 4.8. Rollenehavere i personlig eide foretak, etter kjønn og tall på ansatte. 1. januar 2005. Kilde. SSB

	Enkeltpersonforetak ¹				Andre personleg eide foretak ²			
	Foretak i alt	Deltakere i alt	Kjønn		Foretak i alt	Deltakere i alt	Kjønn	
			Prosentdel kvinner	Prosentdel menn			Prosentdel kvinner	Prosentdel menn
1 alt	155 488	155 488	25,7	74,3	13 211	34 355	25,5	74,5
0 ansatte	134 123	134 123	25,4	74,6	10 509	27 188	24,0	76,0
1-4 ansatte	17 997	17 997	26,8	73,2	2 014	4 877	34,1	65,9
5-9 ansatte	2 641	2 641	29,6	70,4	482	1 337	29,5	70,5
10-49 ansatte	716	716	24,4	75,6	187	593	23,4	76,6
50-99 ansatte	9	9	44,4	55,6	14	178	10,1	89,9
100 ansatte eller flere	2	2	-	100,0	5	182	8,2	91,8

1Foretak med kun juridiske personer (foretak) som deltakere, og uten deltakeropplysninger, er holdt utenfor denne statistikken.

2Andre personlig eide foretak er organisasjonsformene ansvarlig selskap og selskap med delt ansvar.

Så langt viser studier av kvinnelig entreprenørskap at de fleste firmaer starter i det små og de vil forbli små gjennom hele levetiden (Drake og Solberg 2003). Det er også en tendens til at foretak etablert av kvinner er gjennomgående mindre enn de som er etablert av menn. På landsbasis utgjør små og mellomstore bedrifter majoriteten av nyetableringer.

Samlet sett er det i Norge bare tjue prosent eller mindre av nyetablerte foretak som har én eller flere sysselsatte.

Mange av informantene har etablert mindre foretak ut i fra at de har forpliktelser og forventninger i hjemmet. Dette er en sterk forklaringsfaktor for at de ikke kan satse alle ressurser på sitt foretak. Kvinner har ikke anledning til å etablere stort før barna er kommet i voksen alder. Dette har jeg sett hos flere av mine informanter. Andre forklaringer på at de har etablert mindre foretak er at de ønsker å kombinere arbeid og fritid. Det er forbundet med større risiko å etablere større virksomheter, og dette risikoaspektet var for tre av informantene grunn nok til å etablere et enkeltpersonsforetak. For flere av kvinnene, særlig de som driver med konsulentvirksomhet, er bedriften basert på deres egen erfaring. Av den grunn er det ikke behov for andre ansatte enn dem selv.

4.5.3 Produkter og tjenester

På spørsmål om produktet eller ideen bak etableringen var innovativ, var informantene klar på at de var innovative. I min undersøkelse viste det seg at informantene har foretak som de er alene om i regionen. Unntaket er tre av foretakene som driver med coaching og konsulenttjenester innen personutvikling. Denne type foretak er det mange av i Oslo.

Informantene har tatt egen erfaring og kunnskap inn i produktet eller tjenesten, og slikt tilført ny dimensjon. De har sett mangler ved liknende produkter/tjenester og sett et behov for forbedring. Kun én av bedriftene har et produkt innen de større innovasjonsområdene; IT, IKT og bioteknologi. Hun skiller seg slik sett ut fra resten av informantene.

Av informantene er det tre som har etablert en virksomhet med løsninger som ikke finnes verken i denne regionen eller i landet for øvrig. Det ene foretaket er basert på en ide om mikrofinansiering⁵⁷. Da informanten etablerte virksomheten, var det ingen andre firmaer som hadde liknende tjenester. Ideen er opprinnelig fra Bangladesh og i dag har denne type støtte blitt integrert i et av Innovasjon Norge sine prosjekter.

Blant de resterende tretten bedriftene er det ulike grader av inkrementelle innovasjoner som kjennetegner produktene og tjenestene. Bedriftene i min studie viser at innovasjonsevnene er lite knyttet til de tradisjonelle feltene for innovasjon innen teknologi og industri.

⁵⁷ Se vedlegg under nettverkskreditt

De representerer i større grad innovasjon innen konsept og nisjeinnovasjon, kunde og analysekonsept, design og prosessforbedring, samt internettløsninger. Tabellen nedenfor viser en oversikt over informantenes forretningsideer.

Tabell. 4.9. Informantenes forretningsideer. Kilde: Intervjuer med informantene.

Ide
Design innovative møteplasser med fokus på entreprenørskap, innovasjon og likestilling
Spesialisere seg innen mikrofinansiering
Ide basert på multimedia applikasjoner og software innenfor mobil underholdning.
Sammenleggbare rockering, miljøvennlig nedbrytbar
Overføre erfaring fra dykkemiljøet til produkter og tjenester for forsvar, politi og militæret.
Konsulentvirksomhet innen kommunikasjon
Bruke antropologiske perspektiver og metoder i arbeidslivet
Prestasjonsteknikker innen personlig- og karriere utvikling
Å produsere økologiske helseprodukter
Formidlingstjeneste innen coaching
Formidle tjenester innen juridisk rådgivning
Konsulentvirksomhet basert på humanistisk arbeid og fotografbakgrunn
Konsulentvirksomhet innen kommunikasjon
Å etablere et nettsted og et nettverk for kvinnelige entreprenører.
Ta erfaringer fra IT bransjen inn i bedrifter som trenger rådgivning og konsulenttjenester
Bruke antropologiske perspektiver og metoder i arbeidslivet

Denne oversikten viser at finans og venturemiljøenes ensidige fokusering på produksjon og teknologi er i utakt med det karakteristiske ved de innovasjonsprosjektene som er blitt kartlagt i min studie og i andre studier. Jeg mener det er gunstig å utvide innovasjonsperspektivet for å fange opp flere kvinner som vil prøve seg som entreprenører.

Innledningsvis viste jeg til Schumpeters forklaring på innovasjon gjennom en presentasjon av fem ulike typer innovasjon.

Ut fra mine informanternes virksomheter, vil jeg dele innovasjonstypene på følgende måte:

Tabell. 4.10 Bedriftenes innovasjon og motiv bak innovasjonen (hovedkategorier). Kilde: Informantene

Type innovasjon	Bedrifter	Type motiv
Introduksjon av en ny Produksjonsmåte	1	Produktet i seg selv
Introduksjon av et nytt produkt på et nytt marked	5	Utnytte egen kompetanse og kunnskap
Utnytting av en ny type råvare eller halvfabrikat	0	
Ny organisering av en næring	4	Vekk fra tidligere arbeidsplass, utnytte kompetanse og kunnskap
Introduksjon av et nytt produkt eller en ny kvalitet på et produkt	6	Realisere visjoner, kunnskap og kompetanse, økonomi, kompetanse og kunnskap og produktet i seg selv

4.6. Hva karakteriserer informantene?

Kvinnene i denne studien har høy og variert utdanning. De er opptatt av egen faglig utvikling og kompetanseheving. Mye av deres egen identitet gjenspeiles i bedriften. Flere kan karakteriseres som innovatører innenfor sine fagområder, særlig de med humanistisk og samfunnsvitenskapelig bakgrunn. De har sett nye muligheter for seg selv gjennom bruk av utdanning, og tidligere yrkeserfaringer. Flere har skapt nye arbeidsplasser innen fagfelt uten entreprenøriell tradisjon, eller de har skapt en bedrift på tvers av fagfelt. De har funnet en løsning på produksjon og organisering som gjør at bedriften skiller seg ut som innovativ. Flere av informantene bruker fritiden til å fremme bedre vilkår og rammebetingelser for kvinnelige entreprenører.

Ønske om entreprenørskap har dukket opp av ulike årsaker, og i ulike omgivelser. Ønske om selvrealisering og bestemme over eget liv og arbeid har veid tyngst. Mange har også påpekt at arbeidsforholdene på tidligere arbeidsplass ikke har vært tilfredsstillende. Videre ble det nevnt at de ikke fikk bruke egne ressurser fullt ut, og at mannlige kollegaer hadde bedre betingelser for å utføre samme oppgaver. Schumpeter (1934) mente at borgerklassen var beste utgangspunkt for entreprenørskap. Kvinnene i denne studien var alle ressurssterke. Jeg ønsker ikke å plassere dem i en samfunnsklasse, men utdanning og bakgrunn viser at de har hatt gode forutsetninger for å starte eget. Å se videre Schumpeters teori om klasse og entreprenørskap i andre studier kan være interessant.

For de yngre informantene fant jeg flere intensjonelle entreprenører. De har rett etter fullført utdanning, eller under utdannelsen, sett muligheten for å etablere egen virksomhet. En felles faktor for kvinnene i studien er at de har faglig trygghet. Bedriften gir de muligheten til selv å styre den faglige retningen i arbeidsoppgavene, og hvordan de og deres ansatte forholder seg til arbeidsplassen, kunder og marked.

5. Hva sier kvinnene?

I dette kapittelet beskriver og analyserer jeg faktorer som har påvirket informantens entreprenørskap i Oslo. Informantenes historier og opplevelser rundt etableringsprosessen blir vektlagt, der det settes fokus på motiver som har vært til stede

5.1 Hvorfor ble de entreprenører

Motivene enkeltpersoner har for å etablere egen virksomhet er sammensatte. Jeg ønsker i dette kapitlet å se om det er fellestrekk av motiver som vektlegges sterkt av informantene. For å undersøke dette har jeg skilt mellom individuelle tiltrekningsfaktorer og individuelle utstøtningsfaktorer. Jeg vektlegger også motiver som er knyttet til omgivelser og de den regionale konteksten etableringene inngår i.

5.2 Individuelle tiltrekningsfaktorer

Tiltrekningsfaktorer er til stede når personen blir tiltrukket av de mulighetene entreprenørskap representerer. Eksempel på dette kan være å utvikle og gjøre nytte av egne ferdigheter; for eksempel en god ide som må prøves ut, ta i bruk egne ressurser og evner, bestemme over egen arbeidssituasjon, og gode markedsutsikter for bedriften (Bolkesjø og Brun 1997). Disse oppstår som følge av at entreprenøren vil satse på noe hun mener er en god idé, og ønsker å skape gode muligheter for seg selv.

Informantene ble bedt om å nevne motiver som har vært viktige for dem. Det var ikke stor spredning i svarene, men i rekkefølgen av hvilke motiver som veide tyngst. Tre informanter skilte seg ut ved at de oppga at det var produktet som var viktigste motiv for oppstart.

5.2.1 Kompetanse og forretningsideen

Blant informantene har det å benytte egen kompetanse og kunne gjennomføre en drøm og en ide vært svært sentralt.

Jeg hadde spesialisert kunnskap innen et snevert felt med få konkurrenter og stort potensial for å lykkes med å få investeringer. Jeg ønsket å bruke egne ressurser best mulig for å utvikle hele potensialet i min forretningsidé. (informant seks).

Seks informanter presiserte at de ikke hadde annet alternativ enn å etablere egen bedrift. Produktet, eller kompetansen de hadde, var så unik at det måtte settes ut i livet. De hadde også erfart at det var få som så kommersialiseringspotensial i deres produkt og idé.

Jeg vil her trekke frem en av bedriftene i studien: *Synnøve Engeset Rockering AS*. Å få lån og støtte til å produsere en sammenleggbar rockering var vanskelig. Det var få som trodde hun skulle klare seg. I dag har hun store leveranser til Apotek+ kjeden og eksporterer til utlandet.

Synnøve Engeset Rockering AS

Type foretak:

Synnøve Engeset var 36 år gammel da hun etablerte et enkeltpersonforetak i Bergen i 1989. Firmaet ble siden stiftet som et AS 20.04.1997, da i Oslo. Hun sitter med en eierandel på 64,29 %.

Hva gjør hun:

Synnøve Engeset Rockering As selger sammenleggbare rockeringer som produseres kun av gjenvunnet plast. Hun er meget bevisst de miljømessige standardene produktet skal ha. Produktets innovasjon kjennetegnes ved at den er en forbedring av et eksisterende produkt; den er teknisk løst på en enkel måte og den er mer brukervennlig. I dag blir invitert til å holde foredrag for de samme institusjonene og aktørene som for fem år siden sa nei til å hjelpe henne.

Omsetning:

Omsetning for 2003 var kr 630 000. Forventet omsetning for 2005 er én million for AS, og kr 200 000 for enkeltpersonforetaket. Hun har nå inngått en avtale med Apotek+ i Norge og er på vei inn på det amerikanske markedet. Det er forventet en høyere omsetning i 2006 og 2007.

Utdanning:

Dramautdanning, etterutdanning innen økonomi, salg og markedsføring: Etterutdannelsen var rettet mot etableringen.

Arbeidserfaring:

Mouliné Rouge ensemblen, film, teater, prosjektleder for Peer Gynt, salg og markedsansvarlig for Bergen Consult

Hvordan etablerte hun bedriften:

Enkeltpersonforetaket ble etablert med personlige midler og et stipend fra fylkeskommunen i 1989.

AS ble etablert i 1997 med støtte fra SND med 500.000 og 500.000 fra investorer. Hun har ikke vært i kontakt med ventureselskapene, men gikk direkte på utvalgte investorer. Hun hadde på forhånd forhørt seg i investormiljøene og hadde snakket med andre som hadde gode investorer. De var alle menn.

Hva var motivasjonen:

Produktet i seg selv er motivet bak etableringen. Å dra nytte av egen kunnskap og kompetanse og følge egne ambisjoner, var viktig. Gleden ved å drive opplæring, og gleden ved å bygge noe rundt produktet, var sentralt.

Utfordringer knyttet til etableringen:

Kampen for å nå målet har vært en kamp mot likegyldighet, tro og tvil på egne krefter, samt å ivareta egen integritet. Å være en av få kvinnelige oppfinnere har vært utfordrende, men skapertrangen og arbeidsgleden har holdt henne oppe. Hun legger vekt på at det er mange problemer som kunne vært unngått, både for henne og andre kvinner dersom forholdene for innovativ virksomhet hadde hatt bedre rammevilkår. Å presentere et så feminint produkt som en rockering medførte store utfordringer. At kvinner etablerer bedrifter, selger produkter og har ideer som de maskuline finansmiljøene ikke forstår og ser et økonomisk potensial i, mener hun er det største hinder og den største utfordring for kvinnelige entreprenører.

5.2.2 Familie

Familie synes å bety mye for informantene. En engelsk og en dansk studie viser at mange kvinner starter for seg selv for lettere å kunne kombinere arbeid og familieansvar (Sundin & Holmquist 2002). Nyere studier i Norge viser at hensynet til omsorg for barn og familie fortsatt står sterkt (Drake og Solberg 2003, Berg og Foss, 2002). Tilnærmet alle informanter i denne studien vektlegger hvor sammenflettet entreprenørskapet er med familieforhold. Barn er også en viktig forklaring på at mange kvinner venter med å etablere virksomhet.

Flere av kvinnene trodde at entreprenørrollen ville gjøre det enklere for dem å kombinere jobb og familiesituasjon. De ønsket å skape en helhet i sin tilværelse med tid til både jobb og familie. Men disse forestillingene viste seg for mange å være vanskelig å oppnå. Problemet for de fleste informantene var å få tid og overskudd til barn og partner.

Jeg var alenemor for to barn de første årene. Som mor må du lære deg å være en organisator, dette har jeg dratt nytte av i etableringen og i bedriftens daglige gjøremål. Ved å ha omsorg for barna må jeg skille mellom jobb og fritid i sterkere grad. Barna er ikke noe hinder, men de minner meg på hvem det går ut over hvis det går galt med bedriften (informant femten).

De fleste kvinnene gir uttrykk for at det å være entreprenør har gitt dem en ny identitet og en ny frihet. De finner entreprenørstatusen langt mer spennende og utfordrende enn å være lønnstaker. Jobbing etter at barn og mann hadde gått i seng har vært verdt det. Ønsket om en mer fleksibel arbeidsdag for å kunne kombinere jobb og familie blir nevnt av flere. Men det alene var ikke et motiv for å etablere. Å kunne ta seg fri noen timer på dagen for å følge med barn og familie, har disse kvinnene større anledning til enn andre arbeidstakere. Når det oppstår behov for lengre opphold fra jobb ved f.eks. sykdom, var dette mye vanskeligere enn i tidligere ansettelsesforhold.

5.2.3 Økonomi

Blant kvinner i utlandet er sammenhengen mellom entreprenørskap og arbeidsløshet fremtredende (Sundin og Holmquist 2002). Særlige i fattige land er entreprenørskap en ren nødvendighet for å overleve. I Norge og i en rekke andre OECD land vi kan sammenligne oss med, er det ut fra et ønske om å skape egen jobb, friheten og ansvaret det medfører, som er hovedårsak til etablering.

Mange spør meg hvorfor jeg gjør dette. Jeg hadde hatt mer fritid og langt bedre økonomi om jeg hadde startet i ny jobb enn å starte for meg selv. Tanken på at jeg kan være til hjelp for andre og bidra med forandringer gjør at jeg foretrekker dette livet. Det hadde vært deilig med penger, men det var aldri noe mål da jeg etablert. Jeg tror menn tenker mer i de baner (informant femten).

Majoriteten av informantene har lang erfaring fra arbeidslivet og over halvparten hadde god økonomi i tidligere arbeidsforhold. Ingen av mine informanter oppgav økonomi som en avgjørende motivasjon for sin beslutning, men ønsket om stabil økonomi i foretaket var viktig.

I kapittel tre viste jeg til at store deler av den nyere entreprenørskapsforskningen reduserer betydningen av profittmotivet, som tidligere var sentralt hos den Schumpeterianske entreprenøren (Sandal 2003). Entreprenører i dag svarer sjelden at profittmotivet er den viktigste begrunnelsen for etablering (Berg 1994). Profitt er ikke blitt vektlagt blant informantene.

5.2.4 Personlig utvikling og selvrealisering

Motivet som har vært sterkest hos informantene, uansett bransje, alder og bakgrunn, har vært friheten til å bestemme selv, og muligheten til å utvikle og realisere seg selv. Her var det ingen unntak blant informantene.

Jeg ønsket frihet til å jobbe når jeg ville, og frihet til å realisere planer og drømmer slik jeg selv ønsker, ikke slik en sjef ønsker (informant fem).

Ett motiv som viser seg å være gjennomgående er kvinnenenes ønske om å arbeide selvstendig. Informantene etablerte egen bedrift for å kunne ivareta typiske kvinnelige egenskaper i egne bedrifter.

Selvstendigheten, stoltheten av å skape egen (og eventuelt andres) arbeidsplass, bidra til samfunnsendring i min bransje. Dette var viktig for meg (informant fem).

Jeg ville ha frihet til å styre egen tid. Jeg liker å bestemme selv hva jeg skal gjøre, jeg vil legge opp livet mitt slik jeg vil. Jeg ønsket å være mer fleksibel, det kan jeg nå som jeg har etablert eget. Men det er ikke blitt noe mindre å gjøre av den grunn. Arbeidsdagen er blitt lengre (informant fjorten).

Flere av informantene følte en frustrasjon på tidligere arbeidsplass på grunn av mangel på muligheter til forfremmelse. I følge Ellingsæther (1995) er det mangelen på dette, sammen med et ønske om selvbestemmelse, realisering og mulighet for egenutvikling som fører til kvinnelig entreprenørskap (Ellingsæther 1995). En annen årsak var at

enkelte av informantene ikke var tilfreds med måten deres mannlige ledere eller kollegaer drev forretning på. De følte at de ikke kunne spille på hele sitt kompetanseregister, og at kommunikasjon og mangel på integrering førte til at arbeidsoppgavene ikke ble tilstrekkelig utfordrende. Fortsatt føler mange kvinner at de blir behandlet urettferdig i forhold til hva de selv mener de fortjener. Forskjellsbehandling er ikke historie på alle områder. Det gjelder både lønn og kjønnsdiskriminering (Storvik 2002).

I SND studien fremkom det tydelig at kvinnelige norske entreprenører mener mangelen på faglig utfoldelse, og mulighet for personlig utvikling i en organisasjon, er et viktig motiv for entreprenørskap (Drake og Solberg 2003). Funnene i min studie samsvarer med denne undersøkelsen. Holmquist og Sundin (2002) fremhever at det er en sammenheng mellom kjønn og motiver. Det må tas i betraktning at kvinner gjerne har *personlig utvikling* som hovedmotiv for entreprenørskapet. Menn derimot har gjerne *lønnsomhet og økonomisk vekst* som viktigste motiv. Dette igjen gjenspeiler ulikhetene i kvinner og menns virksomheter med hensyn til størrelse og vekst.

5.2.5 Motiver knyttet til sted

Hvilke egenskaper ved stedet som er relevant for entreprenørskapet er en viktig årsak for valg av sted blant mine informanter. Når det gjelder motiver knyttet til valg av sted har jeg valgt å skille mellom *omgivelsesfaktorer* og *bedriftsrelaterte faktorer*⁵⁸. Den første gruppen omfatter tilknytning til bosted, service og miljø, mens den andre gruppen har betydning for bedriftens betingelser for lokalisering på stedet.

Bedriftsrelaterte faktorer er de viktigste faktorene som ble nevnt i samtaler med informantene om stedets betydning. Eksempler på slike faktorer er gunstig lokale for bedriften, gunstig beliggenhet i forhold til markedet, og i forhold til lokale leverandører. I tillegg ble det lagt vekt på god tilgang til kompetanse, tilgang til relevant arbeidskraft, og et godt nærmiljø.

Isaksen og Spilling (1996) finner at høyteknologibedrifter, eller kompetansebaserte bedrifter, i stor grad etableres i sentrale strøk. Alle mine informanter, med unntak av to, er kompetansebaserte bedrifter. Flere av dem uttrykte eksplisitt at det ikke var noe annet alternativ enn å etablere seg i Oslo. De kunne ikke se for seg at bedriften ville ha vekstmulighet andre steder i landet. Informantene vektla omgivelsesfaktorene i liten grad. Det de vektla var at likestilling har kommet lengre i Oslo enn andre steder der de har bodd eller studert. Dette virket positivt på deres etableringsprosess siden de mente det var mer akseptert i Oslo at kvinner hadde samme

muligheter som menn. At de senere i etableringen opplevde at næringslivet er en seiglivet arena for likestilling var de alle enige i. Men generelt er likestillingsnivået i Osloregionen høyt.

På spørsmål om det var entreprenørielle fortrinn ved å etablere seg i denne regionen fikk jeg ulike svar avhengig av bransjene informantene var etablert innenfor. Felles for alle informantene i min studie er at de presiserte at det er færre offentlige midler tilgjengelig for kvinner i Oslo enn andre steder i landet. Særlig de som har etablert foretak innen tradisjonell service- og varehandel, har ikke pekt på noen særegne fordeler i regionen. De sier at det tvert i mot er vanskeligere å etablere seg her. Dette grunnes i høy husleie, stor konkurranse og lite midler å få fra det offentlige i startfasen. Større kundekrets vektlegges derimot som en positiv faktor ved stedet.

Det er kun fire av informantene som ikke er fra Oslo. En av informantene fortalte at hun bevisst flyttet til Oslo av hensyn til bedriften. For informantene ble det lagt sterk vekt på de fortrinn storbyregionen representerer. Videre ble det pekt på verdien av stor kundekrets, varierte og gode nettverk og gode kommunikasjons- og transportmuligheter. Særlig internasjonaliseringsmulighetene i regionen ble trukket frem.

Ja, jeg mener det er fordeler ved å etablere seg i denne regionen; det er faglig miljø i nærmiljøet, og kompetanseheving er enklere enn for virksomheter i distriktene. For meg har det også vært viktig at reisekostnadene er lavere her (informant femten).

Informantene som har etablert seg innen kunnskap og kompetansenæringer, benytter seg av det regionale innovasjonssystemet i Oslo i større grad enn de informantene som har etablert mindre foretak innenfor mer tradisjonelle sektorer. Dette viser at det ikke bare er kjønnsavhengig hvordan mulighetene benyttes, men også avhengig av hva slags bedrift og ambisjoner kvinnene har.

En av de andre informantene hadde også et bevisst valg av region, men av andre årsaker. Hun hadde først etablert et enkeltpersonforetak i Bergen men så seg nødt til å flytte til Oslo dersom produktet hennes skulle kunne industrialiseres. Hun måtte rett og slett flytte til Oslo for å skape den bedriften hun ønsket seg. Hun har helt klare oppfatninger av hvorfor det er bedre å etablere seg i Oslo, spesielt med hensyn til tilgang på investorer. Hun påpeker at markedsmulighetene er bedre og hun møter likesinnede.

⁵⁸ Denne inndelingen er blitt brukt i en undersøkelse av Bolkesjø og Brun 1997.

Menneskene er åpnere her, det er lettere å komme i kontakt med mennesker. I Bergen var det et veldig konservativt miljø. I Oslo er det mer hjelp å få, om de ikke kan hjelpe deg, sender de deg oftest videre til noen som kan. De hjelper deg å skaffe tilgang til andre. Folk kan mer business her. Det er større tilgang på ideer (informant femten).

Stedet var ikke motiv bak etableringen, men det ga henne mulighet til å etablere. Det hun ikke har funnet nok av i Oslo, er rimelige underleverandører. Dette har hun løst ved å beholde leverandører fra hjemtraktene.

Det er bra å kombinere hovedstadsregionen og dens muligheter med de trofaste og dyktige underleverandører jeg har utenfor denne regionen (informant femten).

Å velge Oslo som etableringssted ble sett på som en selvfølge. Det er tydelig at beliggenhet i forhold til marked, leverandører, god kommunikasjon er spesielt viktig for informantene i denne regionen. For informantene var det særlig de *bedriftsmessige forhold* som teller. Slik sett er Oslo best egnet.

5.3 Individuelle utstøtningfaktorer

Eksempel på *utstøtningmotiv* kan være behov for inntekt grunnet arbeidsledighet, vanskelige arbeidsforhold, usikker arbeidssituasjon, misnøye med tidligere arbeidsplass eller at vedkommende møter glasstaket.

5.3.1 Glasstaket og tidligere arbeidsplass

Jeg spurte informantene om hvorvidt forhold på tidligere arbeidsplass lå bak etableringen eller om det var andre årsaker bak valget?

Det er ikke en kultur for ledere i Norge å sette pris på sine ansatte. Dette er en uting og det gjør at slike som meg ønsker å skape en bedre arbeidsplass for meg selv og mine ansatte. Jeg finner stor tilfredsstillelse ved å la min personlighet prege bedriften og ved å la min og mine kollegaers kunnskap komme bedre til syne (informant seksten)

Å skape en egen arbeidsplass og legge føringer på arbeidsmiljøet var viktig.

I studier av Moore og Buttner (1997) var en rekke av deres informanter på vei opp organisasjonsstigen med forventninger og ambisjoner om forfremmelse, inntil de traff glasstaket. *“Entrepreneurship is a way to bypass the glass ceiling. Her ensuing frustration eventually caused her to explore the possibility of opening her own firm”* (Moore 1997: 75). Denne frustrasjonen ble i USA så utbredt og tydelig at den ble identifisert som ”hitting the glassceiling”; en opplevelse av å stange mot glasstaket.

“Women were becoming disillusioned with corporate politics and tired of being sidetracked in corporate downsizing after merges and acquisitions, and they came to desire the autonomy of entrepreneurship” (Kaplan i Moore 1997:215).

Fem av mine informanter har etablert egen bedrift på grunn av dette glasstaket. De oppnådde ikke ønsket posisjon i organisasjonen de jobbet i, eller de følte seg forbigått av mannlige kollegaer med kortere ansiennitet enn hva de selv hadde.

Å forandre organisasjonsmønstre på arbeidsplassen kan være vanskelig. Når organisasjonskulturen og menneskenes private verdier er svært ulike, kan arbeidssituasjonen ofte bli vanskelig. Å forlate en slik organisasjonskultur er det beste jeg har gjort (informant syv).

Dette er ikke en isolert hendelse, men en rød tråd hos nesten alle informantene som har hatt arbeidserfaring før de etablerte egen virksomhet. Om de ikke opplevde det selv, var det ofte tilfelle hos deres kvinnelige kollegaer. En slik organisasjonskultur skapte misnøye og usikkerhet og ønsket om å starte for seg selv ble sterkt. I neste del vil det diskuteres nærmere hvordan andre hendelser og faktorer har påvirket informantenes etablering.

5.4 Hvordan forløp etableringsprosessen?

Jeg vil her beskrive og analysere viktige momenter ved informantenes etablering. I dette ligger en kort diskusjon omkring de barrierer og hindre som har vært til stede i kvinnenes etableringsprosess. Hvilke type nettverk de har benyttet, og om de har fått hjelp eller støtte til å komme dit de er i dag er sentralt. Finansiering, rammebetingelser og ulike virkemidler vil også bli diskutert i denne delen.

5.4.1 Livsløp og familiesituasjon

Ulike stadier har hatt forskjellig betydning for den enkelte informant. I teorikapitlet viste jeg til hvordan livsløpsperspektiv bidrar til å gjøre det lettere for forskere å forstå hvordan entreprenørskap henger sammen med tidligere erfaringer, og det livsløpet som planlegges i fremtiden (Berg 2002). Blant informantene ble morsrollen trukket frem som en viktig del av livsløpet. Dette betydde mye for etableringsprosessen og la føringer på hva slags type virksomhet de etablerte. Arbeidsfordeling i hjemmet ble også trukket frem som en viktig faktor.

Informantene legger vekt på at det er viktig å planlegge med familien før de skal etablere eget. Én av kvinnene fortalte at det var helt nødvendig å inngå en avtale med mannen om at nå var det hennes tur. Hele familien måtte støtte dette, eller så var ikke entreprenørskapet mulig. Slike avgjørelser kan ikke tas etter hvert, men må være på plass på forhånd understreket hun. I dag har hun virksomhet i USA og Europa og har derfor vært avhengig av at mannen tok del i hjemmet slik hun hadde gjort tidligere.

5.4.2 Finansiering

Tilgang på kapital oppgir informantene som ett av de viktigste kriteriene for vellykket etablering. Dette er i overensstemmelse med GEM- undersøkelsen (2003) hvor de norske ekspertene angir kapital som den viktigste forutsetningen for å lykkes med en etablering. Gjennom intervjuene kommer det frem at økonomisk støtte fra partner/ektemann eller familie står veldig sentralt. Dette er et tankekors, og en kan spørre seg om kvinnen må være avhengig av å ”bli forsørget” eller å være ”rik” for å kunne realisere sine entreprenørambisjoner. Å ha mannen som sparringspartner på ideer og utfordringer har vært viktig for alle de som var gift eller samboere.

Det kan jo være interessant å se om kvinner som gjør suksess, har en mann som arbeider sammen med dem. Eks Nikita og Arts & Crafts, der begge frontfigurene er kvinner, men de har mannen sin i bedriften (informant tre).

Informanten tok dette opp fordi hun mener det er viktig at enslige kvinner med gode forretningsideer også skal ha mulighet til å etablere eget, uten å være avhengig av en mann. Det er tankevekkende at mange av kvinnene som lykkes i oppstarten har vært avhengige av en partner med penger (Drake og Solberg 2003). Tabellen nedenfor viser ulike finansieringskilder for informantene.

Tabell. 5.1 Oversikt over informantenes ulike finansieringskilder

Finansiering av oppstart
• Kassakreditt til enkeltpersonforetaket og SND støtte til AS.
• Fikk oppdrag parallelt med oppstart
• Private investorer
• Støtte fra mann eller familie
• Oppsparte midler
• Stipend fra SND
• Aetat og dagpenger
• Egne midler og kassakreditt
• Lån fra familien og utvidet lån i banken

De fleste av de yngre kvinnene har en samboer eller ektemann som har støttet dem, både mentalt og økonomisk. To har etablert med midler fra Aetat og lån fra familie. To har vært innom Innovasjon Norges Fyrtårnsatsing, og én har hatt akademikerbedrift i Innovasjon Norges lokaler i Oslo.

Møte med banken var vel det verste. Jeg visste det med en gang jeg kom inn i rommet: Fire menn i grå dress i midten av femtiåra. Jeg spurte med én gang om de ikke hadde noen kvinner som jobbet her. De svarte om jeg trodde de ikke kunne gjøre jobben sin. Nei, svarte jeg. Jeg satt hele tiden og gruet meg til de skulle spørre om hva produktet var, da visste jeg det var kjørt. ”Sammenleggbare rockering”, i det jeg sa det forsto jeg at møtet var ferdig. – ”Kom tilbake når du har fått din først ordre”. – ”Hva skal jeg med dere da?” svarte jeg (informant fire).

Senere fikk hun en ordre på 5000 rockeringer, og slik var hun i gang. Utdrag fra ovennevnte møte har jeg tatt med fordi det representerer hvordan møte med bankene var for mange av informantene. De opplevde at det var et stort problem å selge inn en forretningsidé⁵⁹ til noen som ikke forstår den, uansett hvor god forretningsbeskrivelsen måtte være. De mener det er vanskeligere for kvinner å selge inn sine ideer, rett og slett fordi menn ikke skjønner produktet, eller ikke ser et potensial i det. Her møter kanskje kvinner en ekstra utfordring i forhold til menn.

Når menn oppsøker banker og venturemiljøer møter de likemenn. Kvinner har ikke det samme fortrinnet (informant to)

Det er en rekke ulike finansieringskilder⁶⁰ tilgjengelig for entreprenører, men de er ikke like tilgjengelig for alle.

Tro ikke at menn og kvinner stiller med de samme mulighetene innenfor innovasjon og entreprenørvirksomhet. I alle fall ikke når det gjelder venturekapital. Vi får ofte høre at det finnes penger, det gjelder bare å få tak i dem. Det handler om å ha gode investeringsprosjekter, og om å gjøre seg lekker for investorene. (informant tre)

Finnes det risikovillig kapital som er interessert i å virke på de områder hvor kvinner skaper verdier? Logikken er vel fremdeles at én krone tjent i et lite eller stort selskap er det samme? Og er det en forutsetning at bedriften din må være eksportrettet? (informant tre).

⁵⁹ ⁵⁹ Forretningsidé er en kortfattet beskrivelse av hva bedriften skal oppnå og hvordan målet skal nås.

Forretningsplan er en sammenstilt og gjennomarbeidet beskrivelse av forretningsidé, marked, produkt, kompetanse, nettverk og organisering. Kilde: Innovasjon Norge

⁶⁰ Oppstartsmidler, lån, tilskudd, inkubator, business angels, såkornkapital og venturekapital

Hvorfor er det slik at startfinansiering er ett av områdene der kvinner og menn står så ulikt? Der menn lister opp investorer og banklån i tillegg til personlig kapital som kilder til startkapital, stoler kvinner på egne midler (Drake og Solberg 2003). Mye av dette kan forklares med at kvinnene ikke får lån. Ut fra mine funn har jeg erfart at det er vanskeligere å oppnå finansiering for kvinner enn for menn. Dette tyder på en forskjellsbehandling mellom kvinner og menn.

Dette skyldes at menn etablerer bedrifter i sektorer og bransjer hvor det er lettere å få lån eller tilskudd. Bankene ser mindre inntjeningsvne i kvinnenens bedrifter. Entreprenørdeene til kvinner er i mange tilfeller ukjent for bankene. Brush (1992) konstaterer at tilgang på kapital utvilsomt er den største hindringen for kvinnelig entreprenørskap. En kan stille spørsmålet om det er prosjektet i seg selv, eller hvilket kjønn personen bak prosjektet har som utløser forskjellsbehandlingen? Flere forskningsresultater peker i retning av at det er forhold ved prosjektet, snarere enn initiativtakerne sitt kjønn, som forklarer at menn og kvinner kommer ulikt ut med hensyn til finansiering (Aslesen 2002, Kolvereid 2000). Informantene viser til at siden produktene er preget av etablererens kjønn vil kjønn være relevant med hensyn til finansiering.

En annen forklaring på at kvinner har vanskeligheter med å markedsføre og selge sine ideer er at de ikke har nok kunnskap om hvor ”kjøperne er”. Mye tyder på at kvinner ikke er der midlene er, og at de ikke oppsøker de rette arenaene (Spilling 2005). Her ligger det utfordringer til kvinners bruk av nettverk og mulighet til å oppsøke nettverk de tradisjonelt ikke har tilgang til.

Også i dette tilfelle kom en av informantene med en kommentar som søkte å dempe denne fokuseringen på kjønnsforklaringer. Hun mente at dette ikke var et samfunnsproblem, eller kjønnsproblem, men et problem som lå hos svært mange kvinner.

Egentlig er det ikke hindre som gjelder typisk for kvinner, kanskje noen hindre som er knyttet til permisjonsordninger etc. Kvinner tenker ofte for “smått” og tradisjonelt, og gjerne bare med seg selv og venner – noe som ikke er spesielt sexy for investorer og eksterne finansielle kilder. Kvinner må bare selge seg inn bedre – bli tøffere etc. Jeg er imot virkemidler som skal sy puter under armene på oss – bedre å se to ganger på forretningsidé og hva som er av interesse for eksterne investorer. (informant åtte).

Jeg konfronterte senere andre informanter med dette og de reagerte ulikt på påstanden til informant åtte. En av dem refererte til Madeleine Albright sin uttalelse om at ”den kvinnen som ikke støtter andre kvinner må brenne i helvete”. Det er mange kvinner som setter lite pris på kvinner som etter flere år i mannsdominerte yrker tar avstand fra de

problemer andre kvinner har. De er mange som har sett seg lei på å bli satt i bås, og at deres nøkternhet skal oppfattes som en negativ egenskap. Å trå forsiktig frem, og vokse sakte men sikkert, kan da ikke være tegn på en dårlig forretningsplan spør de.

Menn oppfattes som dristigere, kvinner driver sine "egenlønnsforetak", og er uinteressante for politikerne og såkornkapitalistene. Men det er mennene som kjører i firmaets Mercedes til skifteretten (informant femten).

Flere av informantene mener dette må synliggjøres bedre. Det er viktig at både politikere, offentlige aktører og private aktører blir bedre kjent med kvinners bedrifter og det mangfoldet de presenterer.

5.4.3 Venturemiljøene

Mangel på såkornkapital⁶¹ er det viktigste hinderet for all entreprenøriell aktivitet i Norge. Kvinner har større problemer enn menn med å få tilgang til kapital (Reve og Jacobsen 2001). Blant informantene er det kun én som har fått finansiering via et ventureselskap.

Nettverket Mother Courage var i 2004 i kontakt med atten norske ventureselskaper⁶². Selskapene forvalter fonds på mer enn 8 milliarder kroner årlig. Disse er interessert i bedrifter med mulighet til å vokse. Tre av de atten selskapene som ble kontaktet har kvinnelig partner. Det er ingen kvinnelige entreprenører i portefølgebedriftene. Selskapene investerer i IKT, telekommunikasjon, bioteknologi, olje, energi og offshore, samt marin sektor. Kvinnelige entreprenører glimrer med sitt fravær i ovennevnte virksomheter. Dette bekreftes av ventureselskapene Mother Courage var i kontakt med. Dette ble også bekreftet av Connect Østlandet da jeg snakket med dem om den lave andelen kvinner som oppsøker ventureselskaper.⁶³

Over halvparten av mine informanternes bedrifter er etablert innen tjenesteytende næringer og varehandel. Dette er næringer som faller utenfor Innovasjon Norges og norske ventureselskaper sine satsingsområder.

⁶¹ Såkornkapital er den kapitalen enkeltpersoner, institusjoner eller selskaper er villige til å risikere som tilskudd eller egenkapital ved investeringer i prosjekter eller nyetableringer i de tidligste fasene av en bedrifts liv. Enkelte selskaper har spesialisert seg på å tilby egenkapital til mindre bedrifter i tidlige faser. Disse kaller seg såkornselskaper. Såkornselskapene oppfattes gjerne som vesentlig mer risikovillige enn de ordinære investeringsselskapene. I tillegg til en rekke private såkornselskaper, har staten etablert fem regionale såkornselskaper i samarbeid med private investorer og Innovasjon Norge.

⁶² Venturekapital betyr risikokapital. Det vanligste er at ventureselskapene forvalter andres penger og investerer dem i vekstselskaper basert på unik teknologi med betydelig internasjonalt potensial.

⁶³ Møte med Jorunn Pedersen. Connect Østlandet 14.04.2004

Hvor er så kvinnene? De etablerer selskaper innenfor skjønnhet, helse, kultur, reiseliv, management, handel og tjenesteytende virksomheter. Kosmetikkbransjen er en bransje i rivende utvikling. I 2004 ble det kjøpt kosmetikk for 7 milliarder kroner bare i Norge. Her finnes det liten risikovillig kapital. Denne mismatchen gjør at kvinner sliter med å skaffe seg nødvendig kapital (Bitten Schei. Barne og famildepartementet 25.05 2005).

Finansieringsordningene i dag favoriserer menn. Innovasjonsprosjektene som støttes tar i de fleste tilfeller utgangspunkt i *forskning, industriell produksjon, informasjonsteknologi* og bedrifter som har et *internasjonaliseringspotensiale* (Møte med Innovasjon Norge 2004⁶⁴). De fleste etableringer av kvinner faller utenom disse fire punktene.

I etableringsfasen fremstår tilgang på finansiering som den største utfordringen. Men det er ikke bare denne type kapital som er viktig for å lykkes i etableringen. Tilgang på riktig informasjon, kompetanse og andre ressurser er like nødvendig. I det følgende vil jeg diskutere ulike type nettverk som mine informanter har benyttet seg av.

5.4.4 Nettverk

Å ha et godt nettverk rundt bedriften kan i mange sammenhenger være helt avgjørende for å holde på og videreutvikle konkurranseevnen (Malmberg og Maskell 2001).

Nyetablering kan være en ensom arbeidsplass. Nettverket gir nye impulser, kunnskap og tilgang på nye kundegrupper. Informantene har hentet nye ressurser og dratt nytte av den allsidige fagkompetansen som nettverket representerer. De inviterer hverandre inn i nye nettverk, også nettverk som tradisjonelt er forbeholdt menn. Noen av informantene fortalte at de vegret seg for å kontakte typiske mannlige nettverk, mens andre bevisst oppsøkte disse miljøene.

Det første jeg gjorde etter at bedriften hadde levd et års tid, var å be en venn av meg om å invitere meg inn i Rotary. Her har jeg fått et mye større nettverk enn jeg ellers ville tatt del i. Økonomisk har dette gitt gode resultater. Vi må bli flinkere til å oppsøke de nettverkene som kan hjelpe oss videre. Det er ikke nok å ha sosiale nettverk, vi må tvinge oss til å oppsøke nye nettverk (informant åtte).

Et godt nettverk er den faktoren de fleste informantene betrakter som en vesentlig forklaring på at de har nådd så langt. Egne kvinnebaser på nettsidene er virkemidler som gjør det lettere å promotere egen bedrift og produkter. Nettverk representerer en betydelig forretningsmessig og personlig ressurs, og bidrar til å skaffe kunder, samarbeidspartnere og i tillegg til emosjonell støtte.

⁶⁴ Intervju med Janne Ulven ved Innovasjon Norge i Oslo 24.02. 2004

Som innflytter i Osloregionen har nettverk, formelle så vel som uformelle, betydd veldig mye. Jeg har fått oppdrag gjennom nettverk, og nettverkene har utviklet og utvidet bedriften videre og jeg har selv utviklet meg positivt. Nettverkskredittordningen til Innovasjon Norge har betydd mye. Det er synd at Innovasjon Norges kvinnesatsning i form av Nettverkskredittordningen i Oslo og Akershus vil få mindre midler når FoU-virksomhet skal prioriteres (informant syv).

Mange av kvinnenenes nettverk har de satt sammen med bedriften som utgangspunkt. De er med andre ord ikke med i et tradisjonelt organisert nettverk. Å danne strategiske allianser blir sett på som mer viktig enn det sosiale aspektet for informantene. Dette underbygger min antagelse om at nettverk ikke i like sterk grad er knyttet opp mot kjønn som teorien diskuterer, men at det er foretak, bransje og ambisjoner hos etablereren, ikke bare kjønn i seg selv, som legger føringer på hvilke nettverk kvinnene bruker. Også utdanning slår ut i ulike nettverksadferd hos menn og kvinner. Hos kvinner og menn med høy utdanning har de like brede nettverk, og en like høy andel sosiale kontakter. Dette underbygger mine funn, hvor det fremkommer at de som har høy utdanning og lengst yrkeserfaring har de mest omfattende nettverkene. Jeg vil derfor påstå at høy utdanning kan utviske kjønnsforskjellene som jeg har berørt flere steder i min studie. Da jeg snakket med Birkeland Innovasjon⁶⁵ ved Universitetet i Oslo ble det vektlagt at de med høy utdanning var flinke til å oppsøke nye miljøer. Men det var fortsatt lang vei å gå for å få akademikere til å få bredere og mer allsidige nettverk.

På spørsmål om hvorfor informantene ble med i et nettverk, og hvorfor andre bør bli med, svarte to av dem slik;

Jeg ble med på grunn av nettverkets samfunnsengasjement der jeg kan være med å bedre vilkår for kvinner, og at jeg får tilgang til et stort nettverk. Dette har gitt meg gode sparringspartnere. Bedriften min får tilgang til et nytt marked nasjonalt og internasjonalt. (informant ni)

Nettverk er en erstatning for kolleger. Samtidig kan vi støtte hverandre og bidra med gode råd. For meg har dette betydd veldig mye og gitt meg inspirasjon til å stå på videre. Det er veldig godt og inspirerende å ha så tett kontakt med andre som er i samme situasjon som deg selv. Det er ikke mange i min omgangskrets som vet hvordan det er å etablere en bedrift (informant tretten).

Nettverk kan bety mye for vekstpotensialet til et foretak. Å ha tilknytning til nettverk og partnere har vært spesielt viktig for mine informanter som driver enkeltpersonforetak. De har vært avhengige av faglige innspill og kvalitetssikring for sine ideer, produkter og tjenester.

⁶⁵ Møte med Kathrine Myhre i Birkeland Innovasjon 15.04.2004

Kvinner fravær i lederstillinger er blitt forklart med at de mangler nettverk. De kjenner ikke de riktige personene godt nok eller har ikke de rette kontaktene i det hele tatt (Storvik 2000). Det samme som gjelder innen ansettelseskulturen, gjelder også ved entreprenørskap. Tilgang på nødvendige ressurser går gjerne gjennom nettverk, og her har menn flere nettverk som er næringsrelaterte, mens kvinner har i en sterkere grad tette bånd til sosiale nettverk rundt seg.

Jeg er med i mange nettverk – noe av betydning, andre ikke. Jeg er med i både formelle og uformelle. Jeg tror det er særlig de uformelle nettverkene som har hatt betydning. Jeg hatt mest nytte av bransjenettverk, og internasjonale kontakter (informant ni).

I Norge viser forskning (Alsos og Ljunggren 2002, GEM 2003) at kvinner fortsatt er de som innretter arbeidet sitt etter omsorgsforpliktelser. Informantene la vekt på at kvinner, på grunn av sine arbeidsoppgaver, har mindre tid til nettverksbygging i etableringsfasen. Derfor består oftest nettverkene av familie, venner og nære kjente.

Til tross for at kvinner fremhever nettverket sitt som viktigste suksesskriterium, mangler de etter alt å dømme et nettverk innen finans- og investormiljø. Entreprenørforsker Irmelin Drake⁶⁶ (Aftenposten 20.08. 2003) påpeker at vi lever i det 21. århundre og hun skulle tro kvinner var mer representert i slike miljøer. At det verken er kjennskap til, eller kunnskap om kvinnelige entreprenører i disse miljøene, er tankevekkende.

Dersom ikke kvinner er representert på de rette arenaene, kan dette svekke deres innovasjons og etableringsmulighet. Jeg har tidligere vist til at innovasjon og omsetting av kunnskap til nye produkter, tjenester eller nye prosesser og arbeidsmåter, skjer innenfor en innovasjonsprosess.

I de nye innovasjonsmodellene betones det at det er i interaksjonen mellom mennesker og mellom organisasjoner læring skjer, og kunnskap og innovasjoner oppstår og spres. Innovasjonsevne avhenger av hvordan samspillet fungerer og knyttes spesielt til læringsevne. Det er derfor viktig at dette samspillet fungerer optimalt for kvinnene. Det er mange av informantene som la vekt på at de blir misforstått. De opplever at det er kommunikasjonssvikt mellom menn og kvinner. Når interaksjon og læring betegnes som alfa omega i innovasjonsprosessen, er det viktig at god kommunikasjon mellom menn og kvinner forsterkes.

⁶⁶ <http://www.aftenposten.no/jobb/article607185.ece>

Ser vi på forskjeller mellom kvinnene innad, ser vi at yngre kvinner er blitt veldig gode på å bruke nettverket sitt. De tar tak i de kontaktene de hadde i sine tidligere jobber, og de bruker venner og kjente til å åpne dører. Samtidig jobber kvinnene ofte i nettverk, det vil si at de har selvstendige selskaper, men ofte i kontorfellesskap med andre. Kvinnene har et enormt fokus på kunden, det viktigste er at kunden blir fornøyd. Resultatet er at kvinner gir oppdrag til andre i nettverket sitt, slik at kunden totalt sett blir fornøyd (Drake og Solberg 2003:78).

Jeg har registrert ulik bruk av informantenes nettverk. Siden mange kvinner har problemer med lån og støtte, er de sterke båndene viktige for å komme seg gjennom de første fasene av entreprenørskapet. Etter at virksomheten er kommet på beina, benyttes svakere bånd i sterkere grad. De skal finne leverandører, gode regnskapsførere og andre bedrifter som de kan samarbeide med.

5.4.5 Rollemodeller og motivasjon fra andre

Som beskrevet tidligere dreier entreprenørskap seg om å kunne kombinere evne til å se muligheter, og evne til å omsette mulighetene til en forretningsmessig praksis. Dette påvirkes av en rekke forhold, og tilgangen til rollemodeller anses som særlig sentralt. Reynolds (m.fl.1999) legger vekt på at en positiv entreprenørkultur og nærhet til rollemodeller må antas å være en viktig ingrediens for å utvikle et dynamisk næringsliv.

Potensielle entreprenører lærer av tidligere entreprenører, og inspireres av disse. Mange kvinnelige entreprenører har foreldre, ektemenn, samboer eller nære kjente som er, eller har vært entreprenør(er). Brush (1992) har i sin gjennomgang av en rekke internasjonale forskningsresultater, funnet at halvparten av kvinnelige entreprenører har familie eller mann/samboer som er eller har vært entreprenør (Holmquist 2002). Dette viser at rollemodeller i nærmeste krets er en viktig faktor for kvinnes motivasjon for å etablere egen virksomhet. Blant mine funn er det få rollemodeller i nærmeste familie. Støtte fra venner derimot, har vært viktig. Tre av kvinnene bor sammen med en entreprenør, og disse er blitt oppmuntret til å etablere egen virksomhet.

De som har akademisk bakgrunn gir uttrykk for at de har fått lite eller ingen kunnskap om bedriftsetablering gjennom studiene og fagmiljøer. Informantene legger vekt på at utdanningsinstitusjonene mangler kultur for bedriftsetablering og kommersialisering. Dette er også én av begrunnelsene bak et prosjekt som to av informantene har vært med å etablere.

Humsam er et prosjekt som skal få studenter med humanistisk eller samfunnsvitenskapelig bakgrunn til å se entreprenørskap, og muligheten til å etablere egen bedrift etter endt utdanning. Gjennom dette prosjektet håper informantene at flere med samme bakgrunn skal etablere egen virksomhet.

Alle informantene er samstemt i at det er mangel på kvinnelige rollemodeller. De bildene som tegnes i media er bildet av en ”jernkvinne” som få identifiserer seg med. Kvinnen i media presenteres også på en annen måte enn menn. Hos kvinnene blir privatliv og nye utfordringer vektlagt, men når det er menn som omtales er det bedriften og bedriftens vekstmuligheter som settes i fokus. Slike fremstillinger skaper ikke naturlige rollemodeller og alt for liten informasjon om kvinnes virksomheter blir synliggjort.

Det er noen kvinner i politikken som har vist at kvinner har de samme muligheter som menn. Men innen næringsvirksomhet har jeg ikke hatt noen rollemodeller. Jeg skulle ønske det var flere kvinner i media som jeg og andre i min situasjon kunne identifisere oss med. Det er viktig med forbilder. Vi har det i sporten, men lite i fag- og næringsmiljøene (informant to).

Her ligger en stor utfordring. Det er behov for flere gode eksempler på kvinnelige entreprenører og flere gode forbilder og rollemodeller som motiverer og inspirerer andre kvinner og jenter til å tørre å etablere egen virksomhet.

Hvordan kan vi styrke andelen kvinnelige entreprenører? Vi må sette tema på dagsorden i det offentlige rom. Det må kvinner selv gjøre ved å bli synlig i media gjennom dette tema (informant én).

Jeg har tidligere vist til et prosjekt ved Universitetet i Oslo, *Humsam*, hvor studenter med samfunnsvitenskapelig og humanistisk bakgrunn skal kurses i å se entreprenørskap i egen utdanning og kompetanse. Jenter oppfordres til å søke, men på søknadsplakatene høsten 2005 var det avbildet kun gutter. Hvilke signaler sender denne reklameplakaten ut? Dette eksempelet viser at man må være bevisst på budskapet når man skal arbeide innefor et felt som er utsatt for kjønnsulikheter.

Dersom vi ønsker å gi like muligheter for jenter og gutter, må det også være likevekt i fremstilling av rollemodeller og de inntrykk vi får via media og samfunnsdebatten.

Om det er forskjeller mellom menn og kvinner? - jeg mener det handler om mot, og rollemodeller - uansett kjønn. Men, menn oppmuntres til entreprenørskap i større grad enn kvinner (informant åtte).

Flere av motivene for å etablere egen bedrift er begrunnet i barrierer eller utfordringer som har ført til at de søker seg vekk, eller for å unngå en vanskelig situasjon på arbeidsplassen. En rekke av disse barrierene ligger i og rundt kvinnene selv, men andre barrierer er mekanismer eller strukturer i samfunnet generelt.

Er det noen forskjeller mellom mannlige og kvinnelige entreprenører?

Ja, det vil jeg si. Kvinner etablerer virksomheter i andre bransjer enn menn, noe som speiler det kjønnssegregerte arbeidsmarkedet vi har i Norge. Kvinner har mindre ambisjoner på egne vegne. Vi mangler selvtillit til rollen. Det offentlige spill er den mannlige måten å tenke business på. Entreprenørrollen er maskulin. Det er kun 30 år siden kvinneidealet var husmoren. Kjønnsmakten er underliggende som en strukturell barriere for kvinner (informant ni).

Denne kjønnsmakten og den maskuline entreprenørrollen er med på å forsterke forståelsen av at rollen som entreprenør er best egnet for menn. Å få gode kvinnelige rollemodeller kan gjøre mye for å endre holdningene. Slik Ljunggren og Alsos (2000) påpeker, er etablerte kjønnsmonstre seige, de må derfor adresseres gjennom målrettet handling.

Under intervjuene spurte jeg om hvor i samfunnet de største utfordringene lå. Mange mente det var holdninger, men at de ville endres enten i deres barns generasjon eller neste generasjon. Andre la stor vekt på de offentlige rammebetingelser, og institusjonelle tradisjoner.

5.4.6 Det offentlige rolle i etableringsprosessen

Siden mange kvinner må oppsøke offentlige institusjoner i forbindelse med etableringsprosessen, finner jeg det riktig å beskrive noen hendelser og aktører som jobber spesielt med entreprenørskap. Disse aktørene utgjør en viktig rolle i regionenes innovasjonssystem, og de former det entreprenørielle miljøet innen dette systemet.

"Norge skal være et av verdens mest nyskapende land der bedrifter og mennesker med pågangsmot og skaperevne har gode muligheter til å utvikle lønnsom virksomhet" - Regjeringens handlingsplan for innovasjon 2005.

I den offentlige debatt kan vi skille ut fire argumenter og forståelser som brukes når kvinner og entreprenørskap diskuteres (Ljunggren 1998).

Det første kan kalles det regionalpolitiske *argument*, der kvinner (i distriktene) selv bør skape seg arbeidsplassene de ønsker og har behov for. Det andre argumentet, som framføres mest innen feltet "kvinner og ledelse", er at siden det er så få kvinner som etablerer bedrift bør man ut fra en tanke om *samfunnets ressursutnyttning* utløse det potensial

som finnes blant kvinner for entreprenørskap. Reynolds (m.fl. 1999) viser til GEM studien⁶⁷ som fastslår at en av de viktigste årsakene til at det i noen land er så få bedriftsetableringer er fordi for få kvinner er engasjert i entreprenørskap (Ljunggren 2002). Et tredje argument som brukes er at kvinner etablerer andre typer bedrifter og i andre bransjer enn menn, og bidrar dermed til et mer *mangfoldig næringsliv*. (Drake og Solberg 2003, Bolkesjø 2001). Ytterligere en forestilling som nevnes i denne sammenheng er at kvinner har dårligere selvtillit enn menn, og at de ikke vil, eller er i stand til, å etablere egen virksomhet. Denne forestillingen er dessverre utbredt blant annet i virkemiddelapparatet⁶⁸. (Ljunggren 2002, egne intervjuer 2004/2005).

Det fjerde argument er åpenbart, men sjelden uttalt; det private næringslivet er en arena hvor mye makt er samlet, og ut fra et *demokrati og likestillingsperspektiv* bør kvinner være representert her, både som premissleverandør og maktutøver. Det er et slikt demokrati og likestillingsperspektiv som ligger til grunn i denne studien. I dag er offentlig forvaltning på ulike nivåer involvert i arbeidet for å øke antallet entreprenører i Norge.

Det er først og fremst via distriktspolitikken man kan spore en satsing på kvinners entreprenørskap. Det har vært fokusert på å skape arbeidsplasser for kvinner i distriktene for å motvirke utviklingen av en skjev kjønnsbalanse. Men denne satsingen har imidlertid blitt mer rettet mot etablert næringsliv, og har hatt mindre fokus på entreprenørskap (Berg og Foss 2002).

Både Innovasjon Norge og de offentlige etatene burde vært mer aktive. De har bygd opp støtteapparatet etter ”hvordan menn er”, vi kvinner er mer forsiktige, vi etablerer mindre, vi søker om mindre lån, det burde være rom for slike entreprenører som oss også (informant tretten).

Men det er også de som er fornøyde:

For meg var det umulig å få lån i banken, de forsto ikke min forretningsidé. Uten Innovasjon Norge hadde ikke dette gått. Jeg vet om mange som ikke har vært så heldige som meg (informant én).

Informantene etterlyser en kvinnesatsning i storbyregionen, og med mer satsing blant politikerne og det offentlige. Det kan ikke være tilfeldig at så mange kvinner, uavhengig av hverandre, opplever veien til entreprenørskapet som vanskelig, og at dette etter deres mening er knyttet opp til kjønn.

⁶⁷ GEM- Global Entrepreneur Monitor.

⁶⁸ Virkemiddelapparatet viser til de aktører som forvalter virkemidlene; underliggende etater og selskaper som har ulike tilknytningsformer til staten. Myndigheten styrer virkemiddelapparatet. Med ulike bevilgninger til virkemiddelapparatet følger føringer som er bestemt av departementene og myndighetene. Kilde: Nærings- og handelsdepartementet ved Mette Jarmund.

Per i dag har informantene liten tillit til offentlige støttemidler og satsing. Det har nærmest blitt et blindspor ved å forsøke å oppnå slike midler. I stedet brukes det tid og ressurser på hvordan de kan hjelpe hverandre og hvordan de kan gå mer offensivt ut mot det private kapitalmarkedet for å skaffe seg midler der. Siden det er Innovasjon Norge som har hovedansvaret for det offentlige arbeidet med entreprenørskap, har organisasjonen blitt et gjennomgangstema ved intervjuene, og særlig på seminarer og konferanser.

Det er et trangt nåløye å komme gjennom for å få midler gjennom Innovasjon Norge. I en samtale jeg hadde med Oslokontoret (Innovasjon Norge) ga de uttrykk for at de avsto ti til femten søknader hver dag⁶⁹.

Innovasjon Norge vektlegger selv at kvinner er et satsingsområde:

Vi jakter spesielt på de personer og forretningsideer som kan skape vekst. Kvinner og unge har spesielt fokus. Fra Innovasjon Norge sine hjemmesider⁷⁰

Når det da viser seg at denne organisasjonen ikke klarer å nå frem til sin målgruppe og at målgruppen ikke er tilfreds, ser jeg det nødvendig at oppdragsgiveren, myndighetene tar ansvar og ser etter løsninger der de selv kan bidra til forbedring. Det er viktig at myndighetene forstår behovet for å bygge opp et godt nettverk og et godt system rundt entreprenøriell aktivitet. Myndighetene må også få en bedre forståelse for hvordan det kan gjøres, og tilegne seg mer kunnskap enn de har i dag.

5.5 Etableringsfasens utfordringer

Forskning på kvinnelig entreprenørskap handler både om kvinners posisjon i samfunnet og entreprenørskapets rolle i samfunnet. Kvinner er møtt med barrierer som må overvinnes for å kunne gi dem de samme muligheter som menn. Jeg vil i det følgende prøve å identifisere sentrale barrierer og hindre i og etter etableringsfasen.

Det er som tidligere nevnt særlig to temaer som vektlegges; mangelen på kapital og mangel på kvinnelige rollemodeller. Dette er overordnede problemer de fleste kvinnene ser som utfordringer som må adresseres umiddelbart. Til dette kreves det politisk vilje, og at det i sentrale institusjoner og media fremmes kvinnelige rollemodeller i større grad enn det som er tilfelle i dag.

⁶⁹ Samtale med Janne Grøtvik Ulven ved Innovasjon Norge 24.02.2004

⁷⁰ http://www.innovasjonnorge.no/templates/inv_MainCategory____54512.aspx

Livsløp er viktig for å forstå kvinners forutsetninger for å bli entreprenører. Entreprenørskapsprosessen kan deles inn i tre faser som utgjør etableringsprosessen; *intensjons-, forberedelse* og *oppstartsfasen*. Studier viser at rekrutteringsgrunnlaget for å bli selvstendig næringsdrivende er lavere blant kvinner enn blant menn, og det skjer et frafall av kvinner i overgangen fra intensjon til forberedelse, men ikke fra forberedelse til oppstart (Pettersen 1999). Ljunggren (2002) viser til at det er i intensjonsfasen, fasen der vedkommende vurderer entreprenørskap, som er den mest sårbare for kvinner og det er i denne fasen frafallet er størst. Når kvinner først har etablert eget foretak, er det lite som skiller dem fra mannlige entreprenører⁷¹. Ved å ta utgangspunkt i et livsløpsperspektiv kan man fange opp positive og negative hendelser og inntrykk som påvirker kvinners valg av yrke og vurdering av egne muligheter.

5.5.1 Manglende forståelse av kjønn og entreprenørskap i virkemiddelapparatet

Forskning har vist at det er ulike forståelser av kjønn som har betydning for den politikk som føres (Drake og Solberg 2003 og Berg og Foss 2002).

Det er kanskje ikke noe større problem for kvinner enn for menn, men de har en annerledes verden. Utfordringen ligger i at kvinnene for det meste etablerer bedrifter og selger produkter og tjenester til kvinner, og de som bestemmer og sitter på kapitalen har ikke erfaring med disse feminine produktene (informant fire).

Den forståelse som finnes i virkemiddelapparatet vil påvirke hvilke tiltak som iverksettes. Forståelsen varierer fra sted til sted, og over tid. Aslesen (1999) viser hvordan ulike oppfatninger av kjønn sin betydning i virkemiddelapparatet påvirker både utformingen og iverksettingen av strategier og tiltak i næringsarbeidet rettet mot kvinner.

Vi er kvinner i en verden definert av menn. Språket hemmer oss. Dessuten er faktorene som definerer suksess i næringslivet preget av mannlige verdier, og ikke kvinnelige. En viktig begrensning for oss er alltid å måtte snakke og handle på menns premisser for å bli tatt på alvor. Men det gidder vi egentlig ikke... (informant åtte).

Hun påpeker her at det er en rekke usynlige barrierer og mekanismer som det er vanskelig å ta tak i. Verre blir det når det er så få som prøver å identifisere seg med dem og gjøre noe med dem. Næringslivet er fortsatt en arena for menn. Det merker informantene både blant de involverte i nyetableringer, og aktørene som står på utsiden og skal prøve å

⁷¹ At det er forskjeller i størrelse og omsetning er en annen sak. I denne sammenhengen er det de personlige faktorene som er interessant å se på. Hva som kjennetegner vedkommende som entreprenør.

fremme ny vekst. Det er politikere og offentlige institusjoner som har påtatt seg ansvaret for å fremme (kvinnelig) entreprenørskap i Norge.

Informantene vektlegger at Innovasjon Norge må synliggjøres bedre og satse mer på kvinnelig entreprenørskap i Oslo. Innovasjon Norge trekkes frem fordi dette er den viktigste offentlige aktøren som gir støtte til nye etableringer, og hvor en av organisasjonens oppgaver er å fremme kvinnelig entreprenørskap.

Mangel på diskusjon er alvorlig når staten, via Innovasjon Norge, i praksis er eneier til å gi midler til bedriftene, og får monopol på utvikling av tiltak og programmer for kvinner. Dette viser at politikere ikke forstår betydningen av hvordan man dyrker frem innovative miljøer. Det må komme på plass en mer dynamisk satsing og politikk (informant syv).

Politikerne må tørre å ta innovative grep og utvikle støtteordninger, tiltak, informasjonsstrategier, teknologi, motivasjon og organisering også etter kvinners situasjon, egenart og behov. Jeg tror på likestilling og ikke forskjellsbehandling. Vi burde få de samme muligheter som menn. Det sies at vi har det, men det føles ikke slik. (informant fire).

På et First Tuesday⁷² møte i Oslo kom det en advarsel fra entreprenørene om ikke å bruke tid på politikere og virkemiddelapparatet. Dette er et tegn på at tilliten til de som skal hjelpe entreprenørene frem er svært lav. Når tilliten til de som skal øke innovasjonsmuligheten i Norge ikke er til stede, bør det raskt iverksettes tiltak for å bedre denne situasjonen. Likevel er det noen kvinner som ikke har tro på egne tiltak for kvinner.

Jeg tror ikke at politikerne skal gi 'egne virkemidler for kvinner' – dette er kjønnskvotering på nytt. Det er bedre med en skikkelig næringslivspolitik som gjør at ulike bransjer og ideer kan ha mulighet for kommersialisering i Norge.

Jeg tror også at et mer profesjonelt samarbeid med f.eks. Innovasjon Norge og ulike næringer – ikke bare de tradisjonelle, ville vært bra. Virkemidler som reduserte arbeidsgiver avgifter i perioder med lav inntekt hadde vært fint (informant tolv).

Hun berører her generelle krav til entreprenørskapssatsning og tilretteleggelse for et godt næringsliv. Hun har ikke opplevd vanskeligheter knyttet til kjønn i sin etableringsfase, og har dermed andre forutsetninger å forholde seg til kjønnsproblematikken enn de andre informantene. Men majoriteten av mine informanter opplever at virkemiddelregimet har monopol på hva som er innovativt og hva som skal satses på. Dette viser at det eksisterer en stor kløft mellom de som skal styrke og hjelpe frem nyskapning, og entreprenørskap på den ene siden og entreprenørene selv på den andre siden. Fokusering på kun et knippe

⁷² First Tuesday er en møteplass og interesseorganisasjon for nyskapning og innovasjon. Har møter en gang i måneden.

innovative sektorer anser informantene som et hinder for videre vekst og variert næringsliv.

Når kvinners entreprenørskap oppfattes som annerledes enn mannlig entreprenørskap, får dette også betydning for satsingen på kvinnelige etablerere. Kvinners entreprenørskap oppfattes å være i strid med målsetninger om et konkurransedyktig, innovativt og nyskapende næringsliv. Heller ikke med hensyn til økt sysselsetting regnes kvinners etableringer som ”gode nok” (Alsos, Ljunggren og Pettersen 2002). Det hersker dessuten en usikkerhet i virkemiddelapparatet omkring hva satsing på kvinner egentlig skal innebære. Hvordan skal en spesifikk satsing på kvinners entreprenørskap tolkes når man blant ansatte i virkemiddelapparatet opplever at majoriteten av bedrifter etablert av kvinner er i strid med overordnede målsetninger og prinsipper for næringslivet, og dessuten i strid med ideologien om behandlingslikhet? Dette er utfordringer som for eksempel Innovasjon Norge står overfor.

I en studie⁷³ hvor saksbehandlere er blitt spurt om hva som er typisk for kvinnelige etablerere, fremkommer det at de opplever forskjeller mellom kvinner og menn (Berg og Foss 2002). Bedrifter som satser internasjonalt, som er nyskapende, som er langt fremme teknologisk, er kompetanseintensive og har stort vekstpotensial, blir vurdert svært positivt ved vurderinger av prosjekter og søknader i det tidligere SND systemet. Her faller i de aller fleste tilfeller kvinneprosjekter utenom (Alsos, Ljunggren og Pettersen 2002).

”..våre valg av bransjer faller ikke sammen med virkemiddelapparatet” (informant seks).

Informant seks summerer kort hvordan hun opplever dagens situasjon; det er lite rom og interesse for bedrifter ledet av kvinner, med unntak av etablering innenfor sektorer som er trygge, og har overvekt av menn som har gått i bresjen.

En av de viktigste rollene til Innovasjon Norge er å være en risikoavlaster i prosjekter med høy risiko og et stort vekstpotensial (Innovasjon Norge 2004). Når kvinners etableringer oppleves å ha mindre sysselsetningspotensial, å være mindre lønnsomme, og mer lokaliserte enn virksomheter etablert av menn, oppleves kvinners etableringer som ”mindreverdige”(Berg og Foss 2002). Det er derfor behov for en samlet satsing på nyetablering som innebærer en bredere definisjon av innovasjon og en bredere forståelse av entreprenørskap.

⁷³ Foretatt av Alsos, Ljungberg og Pettersen i 2001-2002

5.5.2 Holdninger og kjønn i seg selv

Kvinner møter hindre og utfordringer ved etablering, og dette gjelder særlig tilgang på kapital og evnen til å kommunisere sin ide slik at de får hjelp til å satse visere.

Hvis kvinner og menn har de samme rettighetene og sjansene for suksess er like gode for kvinner og menn, hvorfor utgjør da kvinner kun 1/3 av alle selvstendig næringsdrivende i Canada og Norge? Vi må forstå at de politiske retningslinjene har diskriminert kvinnelige entreprenører i årevis, fordi det kun er en overfladisk likestillingspolitikk vi omgir oss med. Den tradisjonelle holdningen om at kvinner og foretak egentlig ikke passer sammen, er så forankret i vår oppfatning at det forplanter seg i lovgivningen. Jannicke Hjelmervik, selvstendige næringsdrivende. Rundbordskonferanse oktober 2005.

Ellingsæther (1995) uttaler seg om at vi i det postindustrielle samfunnet⁷⁴ beveger oss mot et samfunn der individet løsrives fra de sosiale formene i industrisamfunnet som klasser, familie og kjønn. Jeg tør påstå at denne studien viser at denne løsrivelsen går sakte, særlig i næringslivet

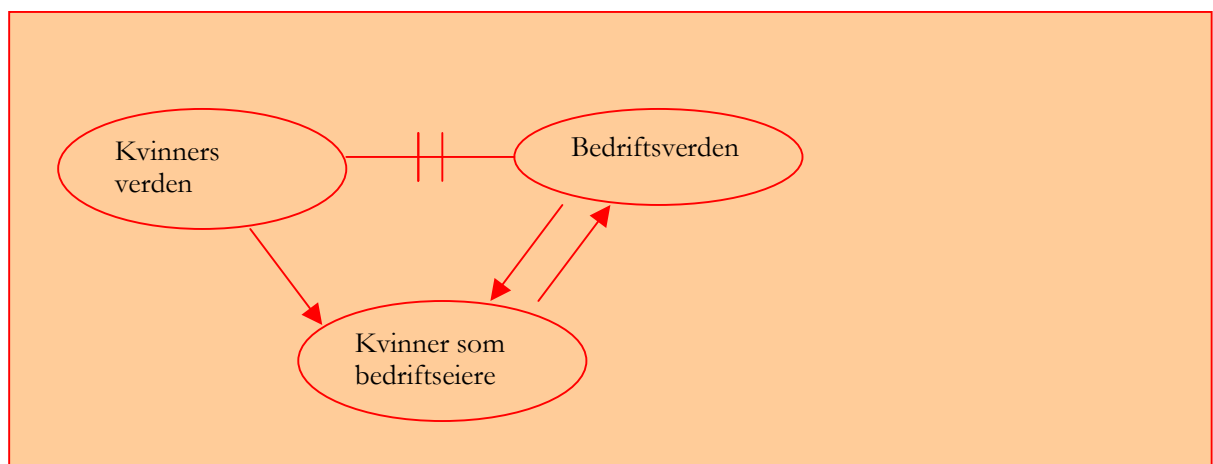
”Kvinner og menn frigjøres fra tradisjonelle forventninger og gis muligheter til å velge”
Denne forståelsen av det frisatte eller fristilte individet har imidlertid møtt kritikk for den sterke vektleggingen av et *brudd*. Den mer empiriske orienterte kvinne- og kjønnsforskningen betoner i større grad tregheten og kontinuiteten i forholdet mellom kjønnene, i sosiale forpliktelser og nære bånd (Leira 2000 i Jensen 2004: 104).

Informantene vektlegger at å drive næringsvirksomhet er i stor grad å gå inn i ”mannens verden”. Ikke noen annen del av samfunnslivet er så dominert av menn som i næringslivet. Likestillingen har kommet et godt stykke på andre områder, eksempelvis i politikken, og i store deler av offentlig sektor. Men i næringslivet er det fortsatt en lang vei å gå (Spilling 2001 og Jensen 2004).

Modellen nedenfor viser hvordan de svenske forskerne Sundin og Holmquist (2002) forstår kvinners muligheter og begrensinger i næringslivet.

⁷⁴ I det postindustrielle samfunnet er tertiærnæringene dominerende, ikke jordbruk og industrisektoren slik som i før-industrielle og industrielle samfunn. Veksten i tertiær næringer er forbundet med veksten i de sentrale institusjonene i det postindustrielle samfunnet som forskning, utdanning, helse, sosialinstitusjoner og byråkratiet (Bell 1973)

Figur 5.1. Kvinner og bedriftsverden. Kilde: Sundin og Holmquist 2002



Jeg benytter meg av denne modellen på bakgrunn av at så mange av informantene opplever at kjønn i seg selv er en sentral forklaringsfaktor for den lave andelen kvinnelige entreprenører. Informantenes uttalelser om at kjønn er et hinder for at kvinner ikke har tilgang på de samme ressurser som menn, kan delvis forklares ut fra denne modellen. Møte mellom kvinners verden og bedriftsverden medfører store utfordringer. Modellen viser at kvinneverden - og bedriftsverden er atskilte med ulike forventninger, verdier og oppgaver. De kvinner som blir bedriftseiere lever derfor i, eller med, to atskilte verdener med helt forskjellige forventninger. Å imøtekomme forventningene er en stor utfordring for mange kvinner.

Kvinnebedrifter blir sjelden alltid tatt på alvor i et mannsdominert samfunn – det å stikke seg fram og tro man kan klare en etablering på egenhånd skaper misunnelse, mistenksomhet, manglende tiltro – helt til man har lykket skikkelig. Da blir man ”heltinne”, men veien dit er lang og dryg – i mellomtiden gjelder hersketeknikker fra andre kvinner og menn (ofte er kvinnenenes hersketeknikk minst like ille i prosessen...) (informant seks).

Jeg har jobbet i næringslivet i femten år. Jeg har vært med på å etablere tre selskaper, jeg tjener bra, og behersker dette området godt. Jeg har strengt tatt ikke tid til å delta på seminarer som dette, men spørsmålet dere stiller er viktig. Hvorfor har vi det vanskeligere enn menn? Jeg skulle gjerne sluppet å forholde meg til likestillingsspørsmålet, men jeg blir tvunget til å gjøre det hver eneste dag. Og jeg er lei av det. Jeg vil gjøre jobben min, og så gå hjem (informant femten uttaler seg på et seminar i Kommunal og regionaldepartementet høsten 2004).

Informantene opplever at de bærer en ekstra bagasje i forhold til menn, og at det er ekstra vanskelig for dem i etableringsprosessen. I tillegg påpeker kvinnene at det fortsatt er holdninger i næringslivet der menn blir identifisert som malen på en vellykket

entreprenør. Entreprenøren blir definert på grunnlag om kunnskap om menn og formidlet av menn (Berg 2002).

I sosial og økonomisk teori har kvinnors arbete ofte betraktas som sekundært og marginelt. Kvinner oppfattes som reservarbetskraft, som sekundære arbeidere samt som fleksibel arbeidskraft (Walby 1997 i Sundin og Holmquist 2002:158).

Walby viser til at gjennom historien og fremdeles i dag blir menn og kvinner møtt med ulike holdninger og forventninger. Arbeidet for et likestilt arbeidsliv og familieliv handler om å fjerne slike kjønnsstereotype holdninger og diskriminering på grunnlag av kjønn.

Arbeidet for likestilt arbeidsliv i staten har i følge nyere forskning gitt positive resultater. På bakgrunn av disse funnene⁷⁵ kan vi trekke slutninger om at forskjellene mellom kjønnene ikke alene ligger i kjønnene selv, men i strukturen i organisasjonen og hvor mye organisasjonene selv ønsker å legge til rette for full likestilling mellom kjønnene (Storvik 2005). Det er å håpe at den positive utviklingen innen statlig virksomhet også kan overføres til det private næringslivet og entreprenørskap.

5.5.3 Sosiale trygdeordninger og økonomisk støtte

Når det gjelder sosiale trygdeordninger er liten forståelse blant informantene for hvorfor det er forskjellsbehandling mellom selvstendig næringsdrivende og arbeidstakere. Dette gjelder generelt like mye for mannlige som for kvinnelige entreprenører, men kvinnene er mer utsatt siden det er de som føder og i de fleste tilfeller har mest ansvar for barna.

Dagens regelverk bidrar til at mange entreprenørkvinner taper store beløp på svangerskap og fødsler, i tillegg til at de mangler rett til omsorgspenger når barn blir syke. Resultatet fører trolig til at mange kvinner velger å jobbe i offentlig sektor eller være ansatt andre steder, fremfor å satse på egen virksomhet (informant ti).

Dette gjelder særlig for bedrifter etablert som enkeltpersonsforetak. Aksjeselskap har noe bedre betingelser, men langt i fra så gode som arbeidstakere.

Tabellen nedenfor viser en sammenligning av rettigheter og plikter for selvstendig næringsdrivende og øvrige yrkesaktive. Trygdesystemet gjelder entreprenører, uansett kjønn, men kvinner er sterkest rammet⁷⁶.

⁷⁵ Studien er basert på svar fra 990 ledere i departementer og direktorater foretatt av Storvik i 2004 og 2005. Undersøkelsen tok for seg de ansattes oppfatning av like muligheter og likestilling i staten.

⁷⁶ Da det fortsatt er kvinner som har hovedansvaret for småbarn i familien (Alsos mfl. 2004).

Tabell 5.2. Dagens trygdesystem for arbeidstakere og selvstendig næringsdrivende. Kilde: SSB 2005 & Bedriftsforbundet 2005

	Selvstendig næringsdrivende	Øvrige yrkesaktive
Dagpenger	Nei	ca 62,5 %
Permittering	Nei	ca 62,5 %
Lønnsgaranti ved konkurs	Nei	Ja
Dekningsrett for lønnskrav	Nei	Ja
Sykepenger	65% etter 16 dager (mulig utvidelse med forsikring)	100 % første dag
Fødselspenger	65% (mulig utvidelse med forsikring)	80 %
Omsorgspenger	Nei	Ja
Yrkesskadetrygd	Nei (mulig med tilleggsforsikring)	Ja
Trygdeavgift	10,7 %	7,8 %
Arbeidsgiveravgift	Nei	fra 0 til 14,1 %
Selvstendig næringsdrivende har selv med tilleggsforsikringer ikke rett til dagpenger ved arbeidsløshet eller permittering, lønnsgaranti ved konkurs eller omsorgspenger.		

For å stimulere til vekst i andelen kvinnelige entreprenører, og å sikre at kvinner med gode forretningsideer ikke trekker seg fra rollen som selvstendig næringsdrivende, bør bedre trygdeordninger være sikret selvstendig næringsdrivende.

2005 ser ut til å bli et rekordår for nyetableringer av egne bedrifter i Norge. Men på tre år har den offentlige støtten til kvinnelige entreprenører krympet fra 37 til 28 prosent, viser tall fra Innovasjon Norge. – Myndighetene må hele tiden følge med og ha fokus på kvinner. Hvis ikke blir det fort skjevt, sier statssekretær i Næringsdepartementet Karin Yrvin til Nationen (Aftenposten 09.11.2005)

Selv om det foreligger få studier av hvilken betydning velferdsordningene har, sett i forhold til andre faktorer som påvirker valget om å etablere selvstendig næringsvirksomhet, er det mye som tyder på at dette er et stort problem. Tabell 5.2 belyser utfordringene vi står ovenfor. Uttalelsen til Karin Yrvin viser hvordan generelle midler diskriminerer kvinner.

Bedre sosiale rettigheter er en forutsetning for at flere kvinner og menn skal påta seg arbeidet og ansvaret ved å etablere nye eller videreføre eksisterende bedrifter (Sundin og Holmquist 2002). Mange sosiale ordninger er utviklet med hovedvekt på å sikre arbeidstakernes velferd, mens næringsdrivende er blitt hengende etter.

Mange foretrekker derfor lønnet arbeid med rett til sosial sikkerhet fremfor å etablere og drive egen virksomhet. Gapet mellom rettigheter for næringsdrivende og lønsmottakere er alt for stort, og det burde være mulig å sørge for en minimumsyttelse til alle. Politikerne har så langt ikke kunnet love at dagens ordninger blir forandret i nærmeste fremtid. Men dette er et ønske noen av partienes kvinnegrupper har fremmet ved flere anledninger.

Når det gjelder andre tiltak rettet mot kvinnelige entreprenører, gir flere politikerne uttrykk for at egne kvinnemidler er en avsporing fra innovasjonssatsingen i landet (Egne notater fra seminar på Stortinget 20.10. 2004).

Ettersom det er like mange kvinner som menn i dette landet, bør ”pengepotten” deles i to like store deler. Selv om det er flere menn enn kvinner som søker om støtte, ville dette gi oss kvinner signaler om at det offentlige virkemiddelapparatet har like stor tro på kvinner som på menn. Dette ville resultere i en følelse av å slippe å sloss for det vi har rett på, og det vil oppmuntre oss til å våge å tørre. (Gudveig Dalbakk, Styremedlem i Mother Courage. Rundbordskonferanse på Stortinget 21.09. 2005).

På bakgrunn av de erfaringer og fortellinger informantene har kommet med, mener jeg det er et behov for aktivt å sette søkelys på problemene og utfordringene kvinnelig entreprenørskap står ovenfor.

5.5.4 Kommentar til barrierer

Diskusjonen rundt barrierer og hindre viser at det er mange ulike faktorer som spiller inn på kvinners etablering og drift av egen virksomhet. Når det gjelder de utfordringene kvinner møter var det en av informantene som oppsummerte dette veldig bra;

...typiske kvinnevirksomheter får ikke etableringsstøtte i vår region. Kriterier for hva som er verdiskapning burde endres. Tjenesteytende virksomhet er ledd i en verdiskapningskjede og burde vies mer oppmerksomhet og anseelse. Trygdeordninger, omsorgsfunksjoner, små barn gjelder for så vidt for yngre menn også, men yngre kvinner velger i større grad bort etablererollen av disse grunnene (informant femten).

Her berører hun kjernen i de utfordringer vi står ovenfor: innovasjons- og verdiskapningsbegrep og forståelse for entreprenørskap må endres for å favne flere (kvinner). Kvinners bedrifter anses altså ikke som innovative. Det foreligger et for smalt innovasjonsbegrep som igjen legger føringer på dagens virkemidler. Investeringsmiljøenes ensidige fokusering på produksjon og teknologi inkluderer ikke kvinnelige entreprenørers innovasjonsprosjekter (Drake og Solberg 1995). Innovasjonsteorien, og den generelle oppfatning av innovasjon, er for maskulin. Innovasjonsbegrepet må myknes opp for å inkludere flere næringer; som for eksempel tjenesteytende virksomhet og varehandel. Informanten legger også vekt på de manglende støtteordninger, som berører både unge menn og kvinner. Forskjellen er bare at flere kvinner velger vekk entreprenørskap på grunn av de manglende støtteordningene. For menn blir det vanskelig, men ikke umulig å kombinere familie og jobb da det fortsatt er moren som har hovedansvar for barn.

Årsakene til at kvinneandelen blant entreprenører er lav er sammensatte. Alsos tror den lave andelen kvinnelige entreprenører skyldes et kjønnsdelt arbeidsmarked.

Norge har et veldig kjønnsdelt arbeidsmarked sammenlignet med mange andre land. Mange kvinner jobber i offentlig sektor og i bransjer der det er vanskelig å drive noe eget. Vi har også færre kvinner i lederstillinger enn andre land, og det påvirker resten av samfunnet. Samfunnet går glipp av mye kompetanse når kvinner ikke deltar i like stor grad som menn (Alsos i Aftenposten 03.04. 2005).

Forventninger og krav som er forankret i kultur og sosiale normer, påvirker hvordan kvinner og menn tenker og handler i forhold til egen utdanning og yrkeskarriere. Dette kan tyde på at det samme gjelder for bedriftsetableringer. Kjønnssrollemønsteret, sosialiseringen og det kjønnsdelte arbeidsmarkedet innebærer at kvinner og menn gjør ulike valg og har ulike erfaringer. Dette vil ha konsekvenser for hvordan de opptrer som næringsaktører (Ljunggren 2002).

Selv om det hevdes at det strenge kjønnssrollemønsteret er i oppløsning, og at kvinner har større frihet enn tidligere til å velge hva de skal holde på med, har ikke betydningen av kjønn forsvunnet. Seige forestillinger om hva kvinner skal drive med lever i beste velgående (Berg 1994:267).

Berg (1994) hevder her at det er fortsatt et stykke å gå før kvinner og menn har like muligheter i næringslivet.

Blant forskere på kvinnelig entreprenørskap er det blitt fremmet argumenter for hvorfor det bør etableres tiltak som er rettet direkte mot kvinner. Ljunggren (2002) viser til at det i næringslivet finnes store ressurser, og derav makt og muligheter for påvirkning av samfunnsutviklingen. Entreprenørskap og lederstillinger i næringslivet handler om makt, innflytelse og mulighet til å påvirke samfunnet. Mye avgjøres i bedriftene og av bedriftene, og i et demokratisk samfunn bør kvinner være godt representert her også. Så lenge de er nesten fraværende på denne arenaen, gir det en skjev fordeling av makt. Så lenge det er slik, er det likestilte samfunnet en illusjon. Av argumenter som brukes for at kvinner bør etablere egne bedrifter, er påfølgende argument et av de viktigste; i et demokratisk samfunn bør også kvinner være representert i næringslivets arena (Ljunggren 2002).

5.6 Møtet mellom empiri og teori

I denne siste delen av analysen vil jeg vise til hvilke deler av teorien som har vært mest fruktbar for studien og jeg vil diskutere nytten av kjønn i entreprenørskapsforskning i denne studien.

5.6.1 Hvilke elementer av teorien har vist seg mest fruktbar?

I tillegg til studiens problemstillinger, har det vært et mål å se hvilke teorier som kan benyttes for å gi forskeren og leserne forutsetninger for å oppnå god kunnskap og forståelse om kvinnelig entreprenørskap.

Å integrere et kjønnsperspektiv i studien har vært et av de mest fruktbare teoretiske bidrag. Informantenes forståelse og fortellinger er satt i et større perspektiv, og videre hvordan kvinnene har opplevd sine muligheter og begrensinger er satt i system. Studien viser at informantene har valgt å etablere seg i Oslo fordi Oslo har de beste forretningsmessige forutsetninger, og det generelle likestillingsnivået er høyt.

Institusjonene i det regionale systemet legger ulike føringer på kvinnelig entreprenørskap. Det er i dag ikke likestilling mellom kvinner og menn i næringslivet. Å identifisere gode forklaringer på dette området har vært et av mine mål. Sayers (1992) forståelse av bakenforliggende årsaker i samfunnet har derfor vært veldig nyttig i studien. Sayer viser til hvordan mekanismer som prosesser og tendenser i samfunnet virker inn på ulike hendelser. Disse hendelsene virker ulikt fra person til person i tid og rom. Gjennom Sayers teori har jeg kunnet identifisere ulike forklaringer. Forklaringene ytres ofte indirekte. De har sjelden blitt presentert eksplisitt av informantene. At jeg har vektlagt sted, kjønn, livsløp, utdanning og tidligere arbeidserfaring i teoribruk og i feltarbeidet, har ført til at jeg har kunnet fange opp hvordan ulike strukturer og prosesser virker ulikt inn på mine informanter.

Berg (2002) påpeker at entreprenørskapet må ses i lys av hele livet før etableringen, og at forskeren må forstå hvordan entreprenørskapet henger sammen med tidligere erfaringer og videre planer i livet. Livsløp ble ikke direkte vektlagt hos mine informanter, men ble berørt i forbindelse med mange ulike temaer under intervjuene. Den delen av livet som løper fra utdanning til arbeidstaker og videre til etablering, har vært relevant for studien.

Informantene påpeker at det er holdninger, vaner og tradisjoner i næringslivet som utelukker kvinner, og ikke minst marginaliserer kvinners entreprenørskap. Dette gjør at etableringsprosessen er vanskelig for kvinnene generelt og for mine informanter.

Landström (1999) viser til at en etableringsprosess er avhengig av flere faktorer for å lykkes. Han deler disse inn i samfunnsmessige og individuelle faktorer. Disse faktorene utgjør til sammen et steds entreprenørielle klima. Jeg har sett at etableringsklimaet er godt i Oslo, men informantene mine er ikke tilfreds med de muligheter kvinner gis her. Høy risikovilje og innsatsnivå (individuelle faktorer) er kjennetegn ved mine informanter. De individuelle faktorene har vært helt nødvendig for at informantene har kunnet klare seg i et ellers maskulint næringsliv. Landström (1999) sine perspektiver har vært nyttig i inndelingen av funnene og vært et godt hjelpemiddel i analysen av hva de ulike faktorene har betydd for etableringen og entreprenørskapet til informantene.

Da dette er en kvalitativ casestudie var det nyttig for meg å ta i bruk et relasjonsfokustert perspektiv (Ljunggren 2002). I problemstillingene mine etterspør jeg kunnskap om hvorfor og hvordan kvinner blir entreprenører. Dette spørsmålet fordrer at mange deler av kvinnenens liv måtte berøres. Det relasjonsfokuserte perspektivet prøver å vise at entreprenørskapet influerer, og influeres av mer enn den økonomiske siden av menneskers liv. Dette perspektivet tar også hensyn til kjønnsspørsmål. Ved å ta i bruk et kontekstuellt perspektiv i en ellers individorientert entreprenørskapsforskning har jeg fanget opp helheten av mine informanters etableringsprosess og deres tanker rundt eget entreprenørskap. Vektlegging av familiesituasjon, motiver, holdninger, glasstak, og samfunnets generelle syn på kvinner og næringsliv, har på denne måten fått en sentral plass i studien. Parallelt med dette perspektivet har jeg benyttet meg av de mer tradisjonelle teoretiske retningene; entreprenørskapsteori, innovasjonsteori og teorier om innovasjonssystem.

Med utgangspunkt i Vatne (1997) og min egen forståelse av entreprenørskap benyttet jeg meg av følgende definisjon:

En entreprenør er en person som etablerer et kommersielt foretakende på egne premisser, underlagt personlig finansiell risiko og basert på egen arbeidsinnsats. Denne entreprenøren utvikler nye ideer ved å kombinere gamle eller nye ressurser på en ny måte - og skaper virksomhet ut av dette.

Schumpeters (1934/1983) ide om entreprenørskap går i korthet ut på; at *en entreprenør er en person som kombinerer allerede eksisterende ressurser på en ny måte*⁷⁷, og er innovativ og nyskapende. Dette har vært en god indikator på mine informanter. Men det er når entreprenørskapet skal forklares at Schumpeters teori ikke har strukket til i min studie.

⁷⁷ Dette måtte være nye produkter, nye produksjonsmetoder, nye markeder, eller nye organisatoriske løsninger.

Som jeg har vist til tidligere har det relasjonelle perspektivet vært et viktig supplement til Schumpeters entreprenørskapsteori.

Arbo og Gammelsæther (2004) påpeker at tidligere forskning innen innovasjon dreiet seg om tekniske nyskapninger. I nyere forskning har nå organisatoriske innovasjoner fått en større plass. Dette er beskrivende for det som er typisk for mine funn. Nye organisasjonsløsninger innen produksjon, kundeansvar, markedsføring og forretningsoppbygging har vært kjennetegn ved mine informanters virksomheter. Dette beskriver også majoriteten av kvinners etableringer

Mitt bruk av innovasjonsbegrepet har vært relativt bredt og har slikt sett passet inn under den interaktive innovasjonsmodellen (Isaksen 1999). Denne forståelsen anser ikke innovasjon som en lineær prosess, men at dannelse av innovasjoner innebærer mange aktiviteter, og innovasjonene er et resultat av en sosial prosess. Denne prosessen, interaksjonen mellom ulike aktører, er sentral i min forståelse av innovasjon og entreprenørskapsprosesser. Det er gjennom sosiale prosesser og interaksjon med andre aktører at informantene vektlegger de utfordringer etableringsprosessen medfører. Kvinners adgang til viktige arenaer er ikke tilfredsstillende. Dette underbygges av Sundin og Holmquist (2002) i deres beskrivelser av når kvinners verden møter næringslivets verden.

Teorier om nettverk har derfor vært sentrale i denne studien. Granovetter (1992) viser til at nettverk tilbyr tilgang på ulike og nødvendige ressurser. Mine funn viser at nettverkene er viktige arenaer for en vellykket etableringsprosess og drift og vekst i virksomheten. Når det gjelder type nettverk entreprenørene benytter viser Granovetter (1992) til at de sterke og svake båndene representerer ulike sosiale nettverk og ulik tilgang til viktige ressurser. Nettverkene hos kvinner består av sterkere bånd enn hos menn (Moore 1997). For informantene i denne studien er det en kombinasjon av sterke og svake bånd. Informantene har vært bevisst sine svakheter og styrker, og har oppsøkt nettverk for å tilføre virksomheten mer kunnskap, ressurser og kunder. En generell svak tilhørighet til finans og investormiljøer og nettverk gjelder for femten av mine seksten informanter.

Nettverkene er en av flere sentrale faktorer i det regionale innovasjonssystemet. Landstrøm (2002) vektlegger at det er viktig å se på entreprenørskap i et systemperspektiv. Selv om entreprenørskap kjennetegnes av individualisme, kan ikke entreprenøren gjøre mer enn hva systemet tillater.

Med utgangspunkt i teori om det regionale innovasjonssystemet (Asheim 1995 og Isaksen 1999) har jeg identifisert institusjoner og aktører som har lagt føringer på mine informanter og kvinners entreprenørskap. Ved å benytte denne forståelsen har jeg kunnet avgrense feltarbeidet til å fokusere på de institusjoner som er geografisk relevant for studien. Gjennom feltarbeidet har jeg intervjuet ansatte og ledere i virkemiddelapparatet og andre offentlige og private institusjoner som utgjør det regionale innovasjonssystemet i Oslo. Jeg har supplert dette systemet med et kjønnsperspektiv (Berg og Foss 2002, Sundin og Holmquist 2002).

Forståelsen av sted som arena (Massey 1995, Dale 1994) har gitt meg en overordnet forståelse av konteksten informantene har arbeidet innenfor og synliggjort sammenhengen mellom informantenes samhandling med regionen de lever og arbeider i, og hvordan interaksjonen mellom de ulike aktørene fungerer. Mine informanters forhold til sted var udelt knyttet til bedriftens behov og muligheter.

Som nevnt tidligere har vektleggingen av kjønn og sted vært de viktigste teoretiske bidrag for min empiri. Kjønnssdimensjonen har gitt meg et kritisk syn på dagens situasjon, og informantenes opplevelser har blitt satt i sammenheng med tidligere studier på kjønn og økonomi. Dette har supplert eksisterende entreprenørskapsforskning som har manglet et slikt kjønnsperspektiv.

De teoretiske perspektivene jeg har benyttet i teoridelen har vært fruktbare for analysen. At jeg har benyttet dem i ulik grad, er et resultat av at de har vært av ulik betydning for hva studien har søkt å forklare. Hvilke perspektiver jeg anbefaler til videre forskning vil jeg diskutere i konklusjonen.

5.7 Nyten av kjønn i entreprenørskapsforskning

Jeg vil avslutningsvis gjøre rede for hvorfor denne studien har lagt så sterk vekt på kjønnssdimensjoner, og hvordan jeg på bakgrunn av mitt feltarbeid tør påstå at fokus på kjønn er viktig i den videre forskningen på kvinnelig entreprenørskap. Selv om ikke alle utfordringer kan forklares ved kjønn, er det flere forhold knyttet til kjønn som legitimerer at en integrering i tradisjonell entreprenørskapsteori er viktig.

Det finnes ikke noe enkelt svar på hvordan kvinnelig entreprenørskap utvikles og oppleves. Gjennom å synliggjøre deres situasjon og diskutere de faktorer som spiller inn på entreprenørskapsprosessen, kan vi få et bedre bilde av denne gruppen næringsaktører.

Jeg har i studien diskutert hvorfor det er viktig å integrere kjønnsperspektiver i entreprenørskapsforskningen. Jeg har forsøkt å svare på spørsmål som ble stilt

innledningsvis; kan kjønnsforskning integreres i entreprenørskapsforskningen? Å forklare kvinnelig entreprenørskap og identifisere utfordringer, barrierer og muligheter, krever at vi ser på ulike sider i samfunnet og på ulike nivåer. Ved å integrere kjønnsperspektiver i en mer tradisjonell entreprenørskapsteori, har jeg fanget opp flere faktorer som spiller inn i en entreprenørskapsprosess. Hvor i livet kvinnen er og hvilke erfaringer hun har er sentralt.

Det har vært sentralt i studien å stille spørsmål og se på sammenhengen mellom kjønn og entreprenørskap. Jeg vil presentere argumenter fra litteraturen og min forståelse av problemstillingen;

Entreprenørskapsforskere som har forsøkt å belyse betydningen av kjønn for etablering og drift av forretningsmessig virksomhet, har stort sett gjort det “*without a suitable academic context or larger theoretical framework*” (Carter 1993:158 i Berg og Foss 2002). De har manglet en anvendelig teoretisk verktøykasse (Berg 2002). Forskningen har vært preget av at forskeren har stått med ett ben i entreprenørskapsforskningen og ett i likestillingsideologien. Det har manglet en integrert forskning av kjønn og entreprenørskap. Berg (2002) viser til at man kom sent i gang med synliggjøringsprosjektet, og det er så langt ikke snakk om noen ”overdokumentasjon” av kjønnsforskjeller (Spilling og Berg 2002). Det er fortsatt et stort behov for å dokumentere kvinners posisjon i næringslivet, og innen entreprenørskapsutviklingen.

Jeg stilte innledningsvis spørsmål om hvorfor det er viktig å trekke inn kjønn i entreprenørskapsforskningen. Siden dette er en studie av kvinnelige entreprenørskap ga svaret seg selv. Gjennom studien har jeg fått en forståelse for at det er viktig å trekke inn kjønn i entreprenørskapsforskningen. Dette fordi både kvantitativ statistikk og kvalitative studier viser at det foreligger skjevheter og forskjeller mellom kvinner og menn i næringslivet. Allmenn forskning, politikk og entreprenørprogrammer, tenderer til å være mannsdominerte, og tar i liten grad hensyn til kvinnelige entreprenørers spesielle behov og individualitet.

For å få bedre kunnskap på dette området, har jeg i studien argumentert for at det er behov for å studere kjønn og entreprenørskap videre.

5.7.1 Kan kjønn - og entreprenørskapsteori forenes?

Det er store forskjeller mellom disse teoriene. Det er vanskelig å forene disse teoriene ettersom ulike fokus gir forskjellige virkelighetssyn og utgangspunkt for studier. Kjønnsteorien omfatter relasjoner i hele systemet mens entreprenørskapsteori legger vekt

på det enkelte individ. Vi kan si at kjønnsteorien vektlegger strukturene mens entreprenørskapsteori vektlegger aktøren (Giddens 1984 i Sundin og Holmquist 2002).

Teoriene har også forskjellige syn på menneskenes forutsetninger og muligheter. Entreprenørskapsteori beskriver entreprenøren som selvbestemmende og styrende, mens kjønnsteorien beskriver vilkår som styrt av kjønnssystemet (Sundin og Holmquist 2002). De ulike områdene jeg har referert til her er viktige for å få en fullstendig forståelse av kvinnelig entreprenørskap. Jeg er enig med de norske og svenske forskernes Berg og Foss og Sundin og Holmquist sine anbefalinger om å inkludere kjønn i forskerens verktøykasse.

6. Konklusjon

Denne studiens hovedmål har vært å diskutere hvorfor kvinner velger å bli entreprenør og hva som ligger bak dette valget.

Casestudien har fokusert på motiv, barrierer og utfordringer i et forsøk på å forklare fenomenet kvinnelig entreprenørskap og hvordan muligheter skapes og hindre overvinnes. Den rollen kvinnelig entreprenørskap har for innovasjon og nyetablering er et felt som frem til i dag er vist liten interesse innenfor den norske samfunnsvitenskapen. I den forskningen som foreligger på dette området, er det ofte forskjellene mellom kjønn det er fokusert på. I min studie har spørsmålet om hvem disse kvinnene er, hva de gjør og hvorfor de ønsket entreprenørskap vært av størst interesse. En målsetning med studien har vært å identifisere og kartlegge utfordringer de møter, og finne en forklaring på hvorfor informantene opplever entreprenørskapsprosessen vanskeligere enn menn. Jeg ønsket å få vite hvorfor samfunnet har en lavere andel av kvinnelige entreprenører enn menn, og hvorfor forståelsen og interessen for denne gruppen har vært marginal i alt for lang tid.

I den forbindelse har jeg undersøkt hva som motiverte informantene til å etablere egen næringsvirksomhet. For å fange opp mangfoldet av motiver har jeg lagt vekt på familien, kjønn, livsløp og stedets betydning for etablering av egen virksomhet. For det andre har jeg undersøkt hvilke faktorer som påvirker motiv, og hvilke faktorer som muliggjør kvinnelig entreprenørskap.

Til slutt reflekterer jeg over hva denne casestudien kan bidra med for å gi kvinnelig entreprenørskap bedre forutsetninger og hva mine funn kan bidra med i beslektede studier innen økonomisk geografi og andre studieretninger.

6.1 Hvilke faktorer påvirker kvinners etablering av næringsvirksomhet?

I kapittel fem redegjorde jeg for motiver som ligger bak informantenes entreprenørskap. Motivene ble delt inn i tre: individuelle, bedriftsrelaterte og omgivelsesfaktorer. Blant de individuelle faktorene kategoriserte jeg motivene i tiltrekning og utstøtningsmotiver.

Denne studien konkluderer med at det er særlig ønsket om noe bedre og noe nytt som motiverer kvinnene i mitt case til å ta steget ut i entreprenørskapsprosessen. Ingen av informantene har etablert virksomhet av ren nødvendighet. Det er *tiltrekningsfaktorer* som i størst grad er årsak til etableringen. Spesielt gjelder dette ønsket om selvrealisering. Det er det sterkeste motivet jeg har registrert i mine intervjuer.

Ønsket om å utnytte egen kompetanse og kunnskap, og bestemme over egen tid og arbeid, er faktorer som har drevet kvinnene inn i entreprenørskapet. Å påvirke egen økonomi, og muligheten for å være mer fleksibel med hensyn til barn og familie, har også vært en sentral forklaringsfaktor. Mine funn støtter opp under Sundin og Holmquist (2002) som fremhever at kvinner gjerne har *personlig utvikling* som hovedmotiv for entreprenørskapet.

Blant *utstøtningsmotivene* var det særlig hendelser som kan identifiseres med glasstaket som nevnes. Andre utstøtningsfaktorer som er nevnt er mangel på tilfredsstillende arbeidsplasser og dårlige vekstmuligheter på arbeidsplassen. Men ingen av disse faktorene har alene vært avgjørende for kvinnenenes valg.

Siden informantene hadde en gjennomsnittlig arbeidserfaring på ca 12 år, er det mange av dem som har hatt både gode og dårlige erfaringer fra tidligere arbeid. Et av fenomenene som trekkes frem, er hvor mye vanskeligere det er å klatre opp karrierestigen for kvinner enn det er for menn. Dette skjer på ulike nivåer i organisasjonene.

For informantene har det vært tilfeller der de ikke har fått de stillingene de har vært kompetente for, eller at mannlige kollegaer har fått bedre lønn, og mer innflytelse. Dette har vært grunnleggende problemer i organisasjonene de har arbeidet i. Kanskje viktigere er mangelen på muligheter til å benytte og videreutvikle egen kunnskap og kompetanse. Dette er den sentrale utstøtningsfaktoren i mine funn.

Når det gjaldt *motiver knyttet til sted* (omgivelsesfaktorer) var det få som eksplisitt nevnte stedet som en motivasjonsfaktor. I de tilfeller sted ble vektlagt, var det i forbindelse med spørsmål om hvor bedriften skulle etableres. Oslo ble valgt fordi de anså betingelsene for deres virksomheter gunstigst i Oslo.

Stedets betydning for kvinnene er stedet som arena og de muligheter og ressurser stedet tilbyr. Selv om det er begrensede virkemidler som er tilgjengelig for kvinnelige entreprenører i Oslo, var det en felles forståelse blant informantene at Oslo hadde det beste entreprenørielle klimaet og forutsetninger for entreprenørskap i Norge. Statistikken viser at den høyeste andelen kvinnelige nyetableringer skjer i Oslo. Dette gir et komplekst bilde på entreprenøriell motivasjon, men det er imidlertid noen felles motiver som fremstår som typiske for mine informanter.

Entreprenørene i denne studien har visse fellestrekk, men har allikevel individuelle særpreg.

Hovedmotivene til kvinnene var:

1. Ønske om å etablere eget, ta i bruk egen utdanning, kreativitet og ønsket om å utvikle seg selv
2. Økonomisk uavhengighet, autonomi og arbeidsfrihet, bestemme over egen tid
3. Familiehensyn, omsorg for barn og mer tid med familien
4. Barrierer mot forfremmelse (glasstak), forholdene på tidligere arbeidsplass var ikke tilfredsstillende
5. Det var på tide å prioritere egen helse og mer fritid

6.2 Hvordan kan disse faktorene forklare fenomenet kvinnelig entreprenørskap?

Studien søker å forklare hvordan de ulike faktorene som ble beskrevet i 6.1.1 slår ut for kvinner spesielt. Figur 6.1 nedenfor oppsummerer veien fra kvinnen er i arbeid, til egen virksomhet er etablert. Jeg forstår entreprenørskap som en reaksjon på et ønske eller en opplevelse hos informantene. Det er tydelig at det er forskjellige situasjoner og hendelser som fører til en endring. For kvinnene i denne studien var resultatet entreprenørskap.

Basert på litteratur og feltarbeidet har jeg i tråd med Yin (1994) foretatt en analytisk generalisering. Figur 6.1 viser min forståelse av hvordan faktorene kan forklare kvinnelig entreprenørskap.

Figur.6.1 Veien til entreprenørskapet

1. Kvinnen er i arbeid -i et kjønnert arbeidsmarked -hun møter glasstaket -hun opplever at arbeidssituasjonen er utilfredsstillende	2. Kvinnen responderer -på press fra sine egne ambisjoner -på press fra sine omgivelser -tiltreknings og utstøtningsfaktorer	3. Hun etablerer egen virksomhet - etableringen er en kobling mellom strukturene (1) og individet (2) Entreprenørskap er kvinnens reaksjon på at hun ønsker noe annet og nytt for seg selv og/eller hun føler seg presset til å forlate tidligere arbeidsplass.
--	---	---

Etablering av kvinnelig entreprenørskap kan kort forklares med at en situasjon på en tidligere arbeidsplass ikke har vært tilfredsstillende, verken personlig eller forretningsmessig. En annen forklaring er at kvinnen selv har hatt ønske eller ambisjoner om å styre eget liv og arbeid. Kvinnene har bestemt seg for å etablere eget foretak da de ønsker noe bedre for seg selv enn hva status som arbeidstaker kunne tilby dem. Entreprenørskapet er dermed et resultat av både individet selv og strukturene rundt kvinnen.

Andre faktorer som forklarer fenomenet kvinnelig entreprenørskap gjør seg spesielt gjeldende i etableringsprosessen. Det har vært en lang og tung vei å gå for mine informanter i etableringsfasen.

Informantene har berørt flere områder som er beskrivende for kvinnelig entreprenørskap. I etableringsfasen er tilgang på kapital største utfordring. Egne midler har vært viktigste kapitalkilde for informantene. De har også etablert med økonomisk hjelp fra venner og familie. Mangel på startkapital og generell vanskelig tilgang på kapital, er et kjennetegn ved kvinnelig entreprenørskap (Sundin og Holmquist 2002).

I tillegg til kapital, er nettverk viktig i en etableringsprosess. Etter min oppfatning benytter kvinner seg av for snevre nettverk. Kvinner inviteres også alt for sjelden inn i finansnettverk. De er ikke på de arenaene der makt og tilgang på midler ligger (Spilling 2005). Det er min oppfatning at dette er et typisk kjennetegn ved kvinnelig entreprenørskap som det må skje forandringer på. De sterke båndene som består av familie, venner og nære bekjente må i større grad suppleres av nye bånd til forretningsforbindelser, investormiljøer og andre aktører i næringslivet.

De store kjønnsforskjellene i næringslivet forsterkes i mange tilfeller i entreprenørskapet. Kvinner etablerer seg på bakgrunn av utdanning og erfaring som er lite knyttet til selvstendig næringsvirksomhet. Informantene har etablert seg innen næringer og nisjer uten særlig entreprenøriell tradisjon. De har produkter og tjenester som investormiljøer, banker og virkemiddelapparatet har liten kunnskap om. Dette fører til at når kvinner legger frem sine forretningsideer er det vanskelig å selge ideene inn i bankmiljøer. Kvinnene må derfor finne alternative løsninger for å etablere bedriften.

6.3 Hvordan kan andelen kvinnelige entreprenører øke?

Denne studien har også et normativt perspektiv fordi jeg mener kvinnelig entreprenørskap må få større oppmerksomhet innenfor politikk og i samfunnet generelt. Det er mitt ønske om å identifisere områder som kan forbedres for å øke andelen kvinnelige entreprenører.

Det må etableres bedre rammebetingelser for entreprenørskap generelt og for kvinner spesielt. Andelen kvinnelige entreprenører kan økes ved å endre dagens premisser for selvstendig næringsdrivende.

Jeg har i studien lagt vekt på fem hovedpoeng og utfordringer i og rundt kvinners entreprenørskap:

- dagens innovasjonsbegrep er for smalt
- tradisjonelle kjønnsmonster virker hemmede for kvinnelige entreprenører
- kvinner mangler tilgang på kapital
- kvinnelige entreprenører mangler rollemodeller
- sosiale trykdeordningene er for dårlige for selvstendig næringsdrivende, noe som slår spesielt negativt ut for kvinner med barn.

Min konklusjon er at andelen kvinnelige entreprenører vil øke dersom vi bedrer rammebetingelsene for kvinner. Rent praktisk må trykdeordningene likestilles for selvstendige næringsdrivende og arbeidstakere. Dersom kvinner som ønsker å etablere egen virksomhet får like rettigheter som arbeidstakere, vil risikoen ved å etablere egen virksomhet bli mindre.

Parallelt med arbeidet for å få på plass slike ordninger, må samfunnet få bukt med holdningene som kvinnene møter på en negativ måte i næringslivet. Det informantene er sikre på er at det tradisjonelle kjønnsmonsteret fremstår altfor sterkt i virkemiddelapparatet. Kvinners rettigheter og annerledeshet som næringsaktører blir lite fulgt opp, og derfor tilpasses ikke næringsarenaene kvinnes behov for egenutvikling. Dette kan føre til at mange forretningsideer og nyskapninger ikke blir realisert. Dette skyldes i mange tilfeller det ”smale” innovasjonsbegrepet.

Informantene har lagt vekt på at den største hindringen for at bedriftene skal vokse og utvikle seg er mangel på investorer som vil satse på kvinner. Informantene fortalte at de ikke blir forstått, og at det er liten vilje til å se potensialet i deres produkter og forretningsideer. I de fleste tilfeller er det menn som representerer bank, finansieringsinstitusjoner og ventureselskaper. Kvinnene i studien opplever at det er særdeles vanskelig at de sjelden møter likesinnede i disse finansmiljøene.

En av de største utfordringene informantene støtte på i etableringsprosessen var tilgang på kapital. Kvinner har generelt mindre egenkapital enn menn, derfor bør det utredes om tilgang på risikokapital og offentlige midler bør gjøres mer tilgjengelig for kvinner.

De fleste av informantenes virksomheter er etablert innen vare og servicesektoren og forretningsmessig tjenesteyting. De representerer produkter, ideer og bransjer som møter liten forståelse hos låne- og kapitalinstitusjonene. Det er derfor viktig å synliggjøre

kvinnenes bidrag til verdiskapning innen disse bransjene og å få frem hva produktene og ideene kan kommersialiseres til. Å anerkjenne bransjer og næringer kvinner oftest etablerer seg innenfor, er helt nødvendig for å stimulere flere kvinner til å etablere egen virksomhet.

For at kvinner skal komme gjennom etableringsprosessen, er det viktig med gode rollemodeller. I dag er det kun en håndfull kvinnelige entreprenører som er synlige i samfunnet. Her ligger det store utfordringer for næringslivet og media for å viske ut skillet mellom kvinner og menn. Det finnes gode kvinnelige entreprenører som kan trekkes frem i samfunnsdebatter og synliggjøres bedre i media. Parallelt med dette må kvinner bli flinkere til å ta i bruk nye og andre nettverk. Gjennom nettverkene kan de skaffe seg nødvendig informasjon, kunnskap og ressurser for å lykkes med etablering, drift og vekst av foretaket. Som jeg har presisert i analysen må kvinner inn i nettverkene for finans, venture og næringsvirksomhet. Døren til slike nettverk må de åpne selv.

6.4 Forslag til videre forskning

I studien har jeg gitt en beskrivelse av forskningsprosessen og av konteksten for min case. Det har vært mitt overordnede mål å legge til rette for leserne å vurdere hvorvidt kunnskap fra mine funn kan overføres til andre casestudier.

Jeg vil her komme med noen forslag til videre forskning på dette området. Det er behov for mer samfunnsvitenskapelig forskning på temaet kvinnelig entreprenørskap. Forskningen må fokusere på forhold mellom kvinner og næringsliv og forhold mellom entreprenører og innovasjonssystemet de opererer innenfor. Det er behov for å se på hvordan politiske mål kan implementeres i praktisk handling og få endret forståelsen for at kvinner og menn har ulike forutsetninger for å etablere egen næringsvirksomhet. Det er også behov for å se nærmere på hvorfor likestillingen går tregere i næringslivet enn i andre sektorer i samfunnet.

Jeg har i denne studien vist til at den lave andelen kvinnelige entreprenører er beroende av flere faktorer. I Norge har vi så vidt begynt å forske på dette området. Å legge vekt på livsløp og hvordan jenters og kvinners valg og muligheter er sosialt konstruert, bør være en viktig del av den videre forskningen. For å finne svaret på hvorfor det er så få kvinner som etablerer egen virksomhet, er det min anbefaling å sette søkelys på fasene før etablering av bedriften. Videre forskning bør legge større vekt på stedets betydning, og hvordan kjønn påvirker etableringsmulighetene på lokale forhold rundt om i landet.

På bakgrunn av min studie er det ønskelig å videreføre mine funn til nye problemstillinger og forskningsprosjekter. Et av perspektivene jeg har søkt å undersøke var betydningen av livsløp for entreprenørene. Mine informanter la mest vekt på dagens situasjon og tiden forut for etableringen. Videre livsløp ble ikke vektlagt i like sterk grad som jeg hadde ventet meg. Jeg tror likevel at studier av livsløp vil være relevant for å få en bred forståelse av hvilke faktorer som påvirker et entreprenørskap.

En studie av politikerne, næringsaktører og ansatte i virkemiddelapparatet, og deres livsløp, kan muligens gi svar på hvorfor de har fordommer og manglende kunnskap innenfor dette feltet. Dette er spørsmål som lå langt utenfor min kapasitet og hovedoppgavens tidsbegrensning.

Når det gjelder den geografiske konteksten er det gjennomført undersøkelser i Norge som ser spesielt på kvinnelig entreprenørskap. For Oslo er det utført et fåtall undersøkelser og en bredere studie av det entreprenørielle klimaet i denne regionen vil være av stor betydning.

6.5 Noen policy anbefalinger

Den sterke kjønnsubalansen jeg registrerer i norsk næringsliv er ikke et spesielt norsk fenomen, men speiler en utbredt internasjonal tendens. Denne ubalansen er forankret i dyptgripende strukturer i samfunnet, og det er liten grunn til å tro at disse strukturene vil endre seg raskt. Derfor er det all mulig grunn til å interessere seg for dette politisk. Problemene bør formuleres klart, og målet må være flere ambisiøse tiltak for likestilling.

På landsbasis må det legges til rette for økt entreprenørskap og nyskaping. Bedres det entreprenørielle klimaet vil flere rollemodeller av begge kjønn være tilgjengelige, og muligheten for at flere kvinner (og menn) kan etablere egen virksomhet vil øke.

Som nevnt tidligere er entreprenørskap avhengig av gode vekstmiljøer. En strategi for økt entreprenørskap bør rettes mot de lokale miljøene og arbeide med mekanismer som representerer muligheter og forhindrer barrierer for entreprenørskap. Et viktig element er å etablere nye arenaer som kan bidra til å synliggjøre ressurser og kompetanse som er tilgjengelig i de ulike regionene. Ikke minst er det viktig å øke bevisstheten i lokale miljøer om de mulighetene for entreprenørskap som finnes. Slike arenaer kan skapes på

mange måter; i form av foreninger, nettverk, eller gjennom etablering av institusjoner som forskningsparker, innovasjonssentre og inkubatorer⁷⁸.

Det var stor etterspørsel hos mine informanter etter mer relevant kunnskap fra de forskjellige institusjoner og offentlige etater tilknyttet innovasjon og entreprenørskap. Denne mangelen på kunnskapsformidling må tas på alvor og nødvendig tiltak må iverksettes.

Når det gjelder utdanning er utfordringen først og fremst å hjelpe studentene til å se et entreprenørpotensial i utdanning og egen kompetanse. De må lære å se nye forretningsideer innenfor fagområdet de allerede har kjennskap til. Det er derfor viktig med god informasjon og ny kunnskap om bedriftsetablering ved de ulike utdanningsinstitusjonene.

Det må en holdningsendring til for å unngå at kvinneprosjekt blir et negativt ladet ord. Det er viktig med en enda større satsing på småbedrifter.

Det må gis rom for inkrementelle innovasjoner innen entreprenørskap. Dette gjelder særlig for Oslo som gjennom Innovasjon Norge og venturemiljøene har et altfor sterkt fokus på de tradisjonelle innovasjonsområdene. Det bør være mulig å integrere nye næringer inn i etableringssatsingene. Hvis dette ikke skjer er det en risiko for at vi mister det brede potensialet og mangfoldet vi har innen nyskaping og entreprenørskap som er viktig for videre vekst.

Jeg har foreslått flere konkrete forslag som jeg mener er fornuftige, og som bør iverksettes;

- det må komme på plass en strategi for utvikling av menneskelige entreprenørressurser
- en strategi for utvikling av entreprenørielle miljøer, med vektlegging på å skape nye arenaer
- en strategi for utvikling av finansielle virkemidler
- det må utvikles en informasjonsstrategi rettet mot kvinnelige entreprenører som gjør det lettere å gjøre seg kjent med støtteordninger, hjelpeapparat og nettverk.

Strategiene med påfølgende tiltak må utarbeides av aktører som har god kjennskap til dette temaet, og kjenner til barrierer, utfordringer, og ikke minst ser mulighetene som er til stede.

⁷⁸

Inkubator er en "kuvøse" eller "rugekasse" for nyetablerere. En inkubator tilbyr et fellesskap for flere nystartede selskaper i form av kontorplass, felles kontortjenester, rådgiving mv. Kravet er ofte at deltagerne i en inkubator skal ha nytte av hverandre, men at de ikke konkurrerer på samme marked. En inkubator bidrar til at etablereren blir knyttet til et nettverk der kunnskap og erfaringer deles både formelt og uformelt. Kilde: Innovasjon Norge

I studien er det lagt vekt på at mye av grunnlaget for vekst og entreprenørskap skjer i like stor grad i forkant av selve etableringen, som under etableringsprosessen. Forbilder og rollebilder er viktige, og disse må kommuniseres gjennom skole, hjem, media, miljø og arbeid.

En alternativ strategi for å fremme kvinnelig entreprenørskap er å se på kvinnelige entreprenører som en egen sektor. Dette betyr ikke at de kvalitative særtrekkene ved hver bedrift tilsidesettes, men ved å se på kvinnenenes virksomheter som en samlet sektor, kan volumet denne sektoren utgjør samlet påvirke investormiljøer og politikere til å se på det potensial kvinnelige entreprenører representerer.

Til slutt vil jeg igjen presisere viktigheten av å synliggjøre kvinnelige entreprenører gjennom gode rollemodeller og suksesshistorier for å øke oppmerksomheten omkring kvinnelig entreprenørskap.

Litteraturliste

- Ahl, H. J. 2002. *The Making of the Female Entrepreneur. A discourse Analysis of Research Texts on Womens Entrepreneurship*. JIBS Dissertation Series No. 015
- Allen, S. & Truman, C. 1993. *Women in business. Perspectives on women entrepreneurs*. Routledge, London.
- Aldrich, H. 1992. Methods in our madness? Trends in entrepreneurship research. I Sexton, D. L. & Kasarda, J.D. (eds.) *The state of the art of entrepreneurship*. Boston MA:PWS -Kent Publishing Company.
- Aldrich, H. 2000. *Learning together: National Differences in Entrepreneurship Research*. i Sexton, D. L. Landström, H. (eds.) *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Alsos, G. A & Kolvereid, L. 2003. Entrepreneurship among women in Norway. NF Articles/presentations no.2003. Nordlandsforskning. Bodø
- Alsos, G. A. & Ljunggren, E. 2000. *Supporting Entrepreneurs through the business formation process- a holistic view*. Paper presentert på den Nordiske småforetakkonferansen i Århus. 06.2000.
- Alsos, G. A, Ljunggren, E & Pettersen, L. T. 2002 *Kvinnerns entreprenørskap - med offentlig pådriv* i Berg, N. & Foss, L (red). *Entreprenørskap - kjønn, livsløp & sted*. Abstrakt Forlag, Oslo
- Alsos, G. M, Ljunggren, E., Madsen, E. L. 2004. *Innovasjon i tjenestesektoren: perspektiver og konkretiseringer : innspill til Nærings- og handelsdepartementet*. Arbeidsnotat Nordlandsforskning
- Alvesson, M. & Sköldberg, K. 1994. *Tolkning och reflektion. Vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund
- Andersen, S. 1997. *Casestudier og generalisering. Forskningsstrategi og design*. Fagbokforlaget
- Arbo, P & Gammelsæther, H. 2004. *Innovasjonspolitikens scenografi*. Tapir akademisk forlag
- Aslesen, S. 1999. *Kjønn, entreprenørskap og foretaksutvikling*. 2/1999. Handelshøyskolen BI, Oslo
- Aslesen, S. 2002. *Forskning om entreprenørskap og kjønn - en litteraturgjennomgang*. i Berg, N. G. & Foss, L. 2002. *Entreprenørskap - kjønn, livsløp og sted*. Abstrakt Forlag, Oslo
- Barth, F. 1963. The role of the Entrepreneur in Social Change in northern Norway. Bergen.
- Bell, D. 1973. *The coming of the Post-Industrial Society*. New York: Basic Books
- Berg, N. G. 1994. *Servicelokalisering og entreprenørskap*. Dr. polit. – avhandling. UiO
- Berg, N. G. & Foss, L. (red) 2002. *Entreprenørskap - kjønn, livsløp og sted*. Abstrakt Forlag, Oslo
- Berg, N. G. 2002. *Kjønn, livsløp, sted og entreprenørskap – en teoretisk diskusjon* i Berg, N. G. & Foss, L. (red) 2002. *Entreprenørskap - kjønn, livsløp og sted*. Abstrakt Forlag, Oslo
- Bolkesjø, T. & Brun, C. 1997. *Entreprenørskap i et sentrum/periferiperspektiv*. Rapport nr. 126. Telemarksforskning-Bø.
- Bolkesjø, T. 2001. *Nyetableringer i Oslo og Akershus 1998-2000. Innovasjon, entreprenormiljøer, og virkemiddelapparatets funksjon*. Rapp nr. 187, Telemarksforskning - Bø.

- Brun, C. 1998 "Kjønn og entreprenørskap". I Spilling, O. R. (red) 1998. *Entreprenørskap på norsk*. Bergen. Fagbokforlaget.
- Brush, C. G. 1992. *Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future direction. Entrepreneurship theory and practise*. Sage Publications. London.
- Bryat, C. & Julien, P. 2000. *Defining the field of research in Entrepreneurship*. Journal of Business venturing, 16, pp.165-180
- Buttner, E. H. & Rosen, B. 1992. Rejection in the loan application process: male and female entrepreneurs perceptions and subsequent intentions. *Journal of Small Business Management*, 30, 59-65.
- Casson, M. 1982. *The Economic Theory*. Martin Robertson. Oxford.
- Casson, M. 2003. *The entrepreneur: an economic theory - 2nd ed*. Cheltenham : Edward Elgar
- Cloke, P. P, C & S, D. 1991. *Approaching Human Geography*. London
- Coughlin, J. H & Thomas, R. A. 2002. *The rise of women entrepreneurs. People, Processes and Global Trends*. Quorum Books. London
- Dale, B. 1994. *Sted som analytisk tilnærming i forholdet mellom aktører og strukturer, med særlig vekt på tilbud av og etterspørsel etter tjenester*. Geografisk institutt, Universitetet i Trondheim
- Davidsson, P. 1993. *Kultur och entreprenörskap. Orsaker til regional variation i nyföretagande*. NUTEK. Stockholm
- Dolinsky, A. 1993. The effects of education on business ownership: a longitudinal study of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1) 43-53
- Drake, I. & Solberg, A.G. 1995. *Kvinner og ledelse – gjennom glasstaket?* Oslo: Tano As
- Drake, I. & Solberg, A.G. 2003. *Kvinner, innovasjon og kommersialisering*. SND rapport Nr.01 2003.
- Ellingsæther, A. L. 1995, *Gender, Work and Social Change. Beyond dualistic thinking*. Oslo: Institutt for samfunnsforskning.
- Ellingsæther, A.L. 1995, "Ulikhet i det postindustrielle samfunnet: Klasse, Kjønn og generasjon". Sosiologisk Tidsskrift, 4:263-284.
- EU- Rapport. 2002. *Female entrepreneurs in the European Unions*.
- Fagenson, E. 1993. Personal value systems of men and women: Entrepreneurs versus managers. *Journal of Business Venturing*, 8 409-430
- Foss, L & Bye, P. 2002. *Betyr kjønn noe for etablerernes nettverk i Berg*, N. G & Foss, L. (red) 2002. *Entreprenørskap - kjønn, livsløp og sted*. Abstrakt Forlag, Oslo.
- Fraas, M. 2005. *Kongsberg – et lokalt industrimiljø med nasjonale og internasjonale samarbeidsrelasjoner*. Rapport nr.4 fra kjerneaktivitet Bedrift og tradisjoner. Nifu
- Geertz, C. 1973. *Thick Description: Toward an Interpretative Theory of Culture.* In *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books

- Giddens, A. 1984. *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Polity Press, Cambridge
- Granovetter, M. 1973. *The strength of Weak Ties*. American Journal of Sociology, Vol.78, Nr.6. 1360-1380
- Granovetter, M. 1992. *Economic institutions as Social Constructions: A framework for analysis*.
- Greve, A. 1998. Betydningen av svake og sterke bånd i sosiale nettverk. En kommentar. *Magma, tidskriftet for økonomi og ledelse*. Nr. 2. 1998. Fagbokforlaget, Oslo
- Grønmo, S. 1996. "Forholdet mellom kvalitative og kvantitative tilnærminger i samfunnsforskning" i (Red.) Holter, Harriet & Kalleberg, Ragnvald. Universitetsforlaget.
- Hammersley, M., Gomm, R. & Foster, P (red). 2000. *Case study method: key issues, key texts*. London. Sage
- Holmquist, C. 2002. *Kvinnors företagande – genus och företagande tydligt integrerade i praktiken* i Holmquist, C. & Sundin, E. (red.) *Företagarskan – om kvinnor och entreprenörskap*. Stockholm: SNS Förlag.
- Holter, H.(red.) 1996. *Hun og han. Kjønn i forskning og politikk*. Oslo: Pax Forlag AS.
- Innovasjon Norge. 2004. *Årsrapport om kvinnesatsingen i Norge*.
- Isaksen, A. (red). 1999. *Regionale Innovasjonssystemer. Innovasjon og læring i ti regionale næringsmiljøer*. STEP rapport".
- Isaksen, A. 2000. *Osloområdets rolle for nasjonal nyskaping: Resultater fra empiriske studier*. STEP rapport
- Isaksen, A & O. R. Spilling 1996: *Regional utvikling og små bedrifter* Kristiansand: Scandinavian Academic Press.
- Jensen, R. S. 2004. *Sted, kjønn og politikk. Kvinners vei inn i lønnsarbeid*. Dr. Polit. avhandling. Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi. Universitetet i Oslo.
- Johannessen, A. & Tufte, P.A. 2002. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Johansen, I. 2002. *Innovasjon og nyskaping - et samspill mellom gründere, forskere, industri og investorer*. Tapir, akademisk forlag, Trondheim 2002.
- Johansen, T. 2002. *Entreprenørskap i Forskningsparken i Oslo*. Hovedoppgave Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi UiO.
- Johansson L, M. B. 1993. *Att utveckla kunnskap. Om metodologiska och andra vägval i samhällsvetenskaplig kunskapsbildning*. Lund
- Johnston, R., Gregory, D., Pratt, G., & Watts, M. 2000. *The Dictionary of Human Geography*. Blackwell Publishers Ltd
- Jordfald, B. 1996. *Entreprenørskap : gjennomgang av teori og empiri til studier av norske kyst og ygdesamfunn*. Discussion paper / Norwegian School of Management ; 1996/10

- Karlsen, E. 2001. *Entreprenørskap på timeplanen" Det andre året*. Nordlandsforskning. Rapport 1014/2001
- Kickert, W.J.M, Klijn, E, H., Koppenjan, J.F.M. 1997 *Managing complex networks : strategies for the public*. London : Sage Publications
- Kolvereid, L. & Alsos, G. A. 2003 *Global Entrepreneurship Monitor*
- Kolvereid, L. & A. Thune – Holm. 1999. *Gründerboken*. Oslo, Cappelen. Kolvereid, L. 2000. *Entreprenørskap i Norge*. Magma. 3, s. 40-47.
- Kvale, S. 1997. *Det kvalitative forskningsintervjuet*. Gyldendal akademisk, Oslo.
- Landström, H. 1999. *Entreprenörskapets rötter*. Studentlitteratur. Lund
- Landström, H. & Johannison, B. 2001. Theoretical foundations of Swedish entrepreneurship and small business. Research. Scandinavian Journal of Management.
- Landström, H. 2002. *Informal investors as entrepreneurs – the development of an entrepreneurial career*. Journal of Venture Capital, 4, 2 /77-101.
- Leirvik, B. 2004. *Innovasjon og interaktiv læring - en teorigjennomgang*. ØF-notat nr. 02/2004
- Limb, M. & Dwyer, C. (eds) 2001. *Qualitative methodologies for geographers*. Oxford University Press, New York
- Ljunggren, E. 1998. *The new business formation process: Why are there so few women entrepreneurs in Norway?* FE-publikationer 1998, Umeå Business School.
- Ljunggren, E. 2002. *Entreprenørskap og Kjønn, en kunnskapsreise mellom to perspektiver: fra individ til relasjon*. Umeå Universitet 2002
- Lundvall, B. A. 2002. *Innovation, growth and social cohesion*. Cheltenham
- Malmberg, A. & Maskell, P. 1999. *Localized learning and industrial competitiveness*. Cambridge Journal of Economics, 23.
- Malmberg, A. & Maskell, P. 1998. Competitiveness, Localised Learning and regional Development. Specialisation and Prosperity in Small Open Economics, London and New York: Routledge
- Malmberg, A. & P. Maskell. 2001. *Närings- och regionalpolitik för lärande, innovation och konkurrenskraft – innledande sammanfatning*. Nordregion Report 2001:4.
- Martinelli, A. (1994) *Entrepreneurship and Management*. I Swedberg, R og Smelser, N.J. (eds). *The handbook of Economic Sociology*. Princeton University Press.
- Massey, D. 1995. *Spatial Divisions of Labours. Social Structures and the Geography of Production*. London: Macmillan.
- Massey, D. & McDowell, L. 1994. *Space, Place and Gender*. Cambridge: Polity Press.
- McDowell, L. 1999. *Gender, Identity and Place. Understanding Feminist Geographies*. Minneapolis: University of Minnesota Press

- Milkman, R. & Townsley, E. 1994. *Gender and the economy*. I Swedberg, R og Smelser, N.J. (eds). *The handbook of Economic Sociology*. Princeton University Press.
- Moore, D. P. & Buttner, H. E. 1997. *Women entrepreneurs. Moving Beyond the Glass Ceiling*. Thousand Oakes, California: Sage.
- Nærings- og handelsdepartementet. 2004. St.prp. Nr.51(2003-2004)
- OECD 1998. *Fostering Entrepreneurship*. The OECD job strategy, Paris: Organisation for Economic co-operation and Development
- OECD 2004. OECD 2nd Conference of ministers responsible for small and medium sized enterprises. *Womens entrepreneurship: issues and policies* Istanbul 3-5 june 2004.
- Pettersen, L. T.(m.fl). 1999. *Blir det arbeidsplasser av dette da, jenter?* Evaluering av kvinnesatsingen i distriktspolitikken. NF-rapport 13/1999, Bodø, Nordlandsforskning.
- Ragin, C. C. 1994. *Constructing Social Research*. The Unity and Diversity of Method. Pine Forge Press. Thousand Oaks
- Reprint 2001. *Kolvereid versus Spilling i Magma: Debatten om entreprenørskap i Norge*. Reprint Nr. 1/2001 Høgskolen i Bodø.
- Reve, T & Jakobsen, E.W. 2001. *Et Verdiskapende Norge*. Universitetsforlaget, Oslo
- Reynolds, P. D., Hay, M & Camp, S.M. 1999. *Global Entrepreneurship Monitor 1999 Executive Report*. Wellesley, London Business School
- Sandal, J-U. 2003. *Jakten på entreprenøren. Kan Joseph A. Schumpeters teori benyttes til å identifisere entreprenører i det 21. århundre?* Universitetet i Lund
- Sayer, A. 1992, *Method in Social Science: a realist approach*, 2nd edition, Routledge, London.
- Schumpeter, J. A. 1934/1983. *The Theory of Economic Development*. Harvard: Social Science Classic Series
- Sexton, D. & Landström, H. (eds.) 2000. *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Skjerve T. 2000. *Fremtidig lokalisering av Kongsberg Defence & Aerospace avdeling Stjørdal. Kvaliteten av Økonomiske variabler som lokaliseringsfaktorer*. NTNU
- Smith, D.M. 1988. *Ch.14: Towards and Interpretative Human Geography*" i (Red.) Eyles, J & Smith, D.M. *Qualitative methods in Human Geography*. Polity Press
- Spilling, O. R. (red) 1998. *Entreprenørskap på norsk*. Bergen. Fagbokforlaget.
- Spilling, O. R. 2000. *Entreprenørskapsanalyse på blindspor*. Magma.4
- Spilling, O. R. 2001. *Hvordan bør entreprenørskap måles?* Magma. 3
- Spilling, O. R. (red.). 2002. *Nyskappings Norge*. Bergen, Fagbokforlaget.
- Spilling, O. R. & Foss, L. 2002. Kjønn, entreprenørskap og politikk i Berg, N.G & Foss, L. (red) *Entreprenørskap- kjønn, livsløp og sted*. Abstrakt Forlag, Oslo.
- Spilling, O. R., Schei, B. & Stave G. 2001. *Drømmen, livet og foretaket*. Abstrakt Forlag

- Spilling, O. R. 2005. *Female Entrepreneurship*, 2004. NIFU rapport
- STEP Rapport. 2003. *Oslo innovation scoreboard-an attempt to develop a comparable set of indicators used in the Regional Innovation scoreboard for the Oslo Region*. SINTEF, Oslo.
- Storper, M. 1997. *The Regional World: territorial development in a global economy*. Perspectives on global change. The Guildford Press. New York
- Storvik, A E. 2002. *Maskulinitet og makt i utaket Den Usynlige hånd?* Oslo. Gyldendal akademisk.
- Storvik, A E. 2000. *Mellomledere på karrierens vei: en studie av kvinnelige og mannlige mellomledere i staten*. Oslo. Institutt for samfunnsforskning
- Storvik, A E. 2002. *Topplederrekruttering i staten: betydningen av kvalifikasjoner, nettverk og kjønn* Institutt for samfunnsforskning. 2002:5
- Storvik, A E. 2005. Intervju i Aftenposten der resultater fra en undersøkelse i staten ble offentliggjort.
- Støren, L. og Arnesen C, A. 2003. "Et kjønnsdelt utdanningssystem". I *Utdanning 2003 - ressurser, Rekruttering og resultater*. Statistiske analyser 60. Statistisk sentralbyrå. Oslo-Kongsvinger
- Sundin, E. & Holmquist, C. (red.) 2002. *Företagarskan – om kvinnor och entreprenörskap*. Stockholm: SNS Förlag.
- Swedberg, R og Smelser, N.J. (eds). 1994. *The handbook of Economic Sociology*. Princeton University Press.
- Teigen, H. 2004. *Kollektivt entreprenørskap; et alternativ også for framtida?* i Arbo, P og Gammelsæther, H. 2004. *Innovasjonspolitikens scenografi*. Tapir akademisk forlag
- Thagaard, T. 1998. *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Underthun, A. 2004. *Rommets politikk lagt i rør en analyse av "Gass til Grenland" som regionalpolitisk strategi*. Hovedoppgave økonomisk geografi. UiO
- Vatne, E. 1997. *Samfunnsmessige rammebetingelser for entreprenørskap. Praktisk økonomi & ledelse*. Cappelen akademisk forlag
- Vatne, E, Eskelinen, H, Malmberg, A, Maskell, P. 1997. *Competitiveness, Localised Learning and Regional Development*. Routledge
- Vollmer, F. 1992. *Psykologisk forskning. Vitenskapsteoretiske spørsmål og grunnlagsproblem*. Oslo: Universitetsforlaget
- Yin, R. 2003. *Case study research: design and methods*. 3rd ed. Thousands Oaks, California: Sage
- Zafirovski, M. 1999. Probing into the social layers of entrepreneurship: outlines of the sociology of enterprise. *Entrepreneurship & regional development*.

Vedlegg 1. Intervjuguide

1. Personlig opplysninger og bakgrunn:

- a) Kjønn?
- b) Når er du født?
- c) Hvor er du født og hvor bor du i dag?
- d) Hva er din sivilstatus?
- e) Hva var din sivilstatus ved entreprenørskapets start?
- f) Har du barn, hvis ja hvor mange?
Hvor gamle er de?
Hadde du barn når du etablerte bedriften?
- g) Hva slags utdanning har du og hvor lenge har du studert?
Har du tatt noen etterutdanning rettet mot entreprenørskapet?
- h) Hva slags arbeidserfaring har du?
Hvor mange år med arbeidserfaring har du?
Fra hvilken næring/bransje
Hva slags stilling hadde du?
- i) Er det ulike deler av din oppvekst/livsløp som har påvirket ditt valg om å etablere eget?
Hva har oppvekst, familie og utdanning betydd for ditt valg?
Har Oslo som etableringsarena hatt innvirkning på ditt valg om å etablere egen virksomhet?

2. Din bedrift

- a) Selskapstype?
- b) Hvilket produkt eller tjeneste tilbyr din bedrift?
Produkt:
Bedriftsidee:
Næring:
- c) Når ble bedriften din etablert?
Etablerte du den alene?
- d) Har du ansatte?
Hvor mange?
- e) Hvordan finansierte du bedriften i oppstartsfasen?
Har du eventuelt fått støtte fra det offentlige eller private?
- f) Er det fordeler å etablere i Oslo?

- m) Budsjettert omsetning for 2005?
- n) Hva har omsetningen vært de siste to årene?
- o) På hvilken måte er ditt produkt/tjeneste innovativ?

3. Etableringsprosessen.

- a) Hvordan forløp din etableringsprosess?
- b) Har du opplevd særlige hindre eller utfordringer i etableringsprosessen?

4. Motivasjon til å bli entreprenør

- a) Hva motiverte deg til å etablere egen bedrift? Ranger gjerne.
(Selvrealisering, omsorg for familie og barn, stedet, tidligere arbeidsplass, være egen sjef, bestemme over egen økonomi og tid, økonomiske årsaker m. m)
- b) Har du hatt noen forbilder eller rollemodeller som har påvirket ditt valg?

5. Nettverk.

- a) Er du med i et nettverk? Hva har det betydd for din virksomhet og etablering av bedriften?
- b) Hva slags nettverk benytter du deg av?

6. Kvinnelig entreprenørskap

- a) Hvilke virkemidler mener du er viktig for å øke andel kvinnelige entreprenører?
- b) Andre faktorer som kan påvirke økt andelen kvinnelige entreprenører?

7. Andre faktorer som jeg ikke har berørt.

Er det annen informasjon denne oppgaven bør ha kunnskap om for å gi en beskrivelse av kvinnelige entreprenører?